

**Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk menggunakan  
Kembali QRIS atau BI FAST Pada Mobile Banking**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Hanif Adi Haidar Ali**

**NIM: 19312230**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2023**

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Kembali QRIS dan BI FAST pada Aplikasi Mobile Banking**


Disusun oleh : HANIF ADI HAIDAR ALI

Nomor Mahasiswa : 19312230

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Kamis, 11 Mei 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Maulidyati Aisyah, SE., M.Com(Adv), CMA.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## PERYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### 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/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 12 April 2023

Penulis



Hanif Adi Haidar Ali

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Kembali QRIS  
atau BI FAST pada Aplikasi Mobile Banking

### **SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

Nama: Hanif Adi Haidar Ali

No. Mahasiswa: 19312230

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 10 April 2023

Dosen Pembimbing,



(Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., CA, ACPA)

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan *convenience sampling*. Metode pengumpulan data berdasarkan kuesioner menggunakan *google form* yang diberikan kepada mahasiswa di wilayah Yogyakarta.

Instrumen dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *software smart PLS3*. Hasil penelitian ini menunjukkan ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking, sedangkan ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan nilai harga tidak berpengaruh. Pengalaman sebagai moderasi tidak memperkuat hubungan kondisi fasilitas, motivasi hedonis, dan kebiasaan terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

**Kata Kunci:** *minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, pengaruh sosial, nilai harga, kebiasaan, kondisi yang memfasilitasi, moderasi pengalaman*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi ‘alamin, Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST Pada Mobile Banking”**.

Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis juga tidak luput dari kesulitan dan hambatan yang menerpa. Namun, kebahagiaan yang tak ternilai bagi penulis secara pribadi adalah dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dzat yang maha besar lagi maha penyayang yakni, Allah SWT yang telah memudahkan dan melancarkan seluruh kegiatan penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberi kan Rahmat-Nya dan memberkahi hamba ke jalan yang diridhai oleh Allah SWT.
2. Junjungan kita dan suri tauladan umat muslim, Nabi Muhammad SAW yang memberikan ajaran serta ilmu.

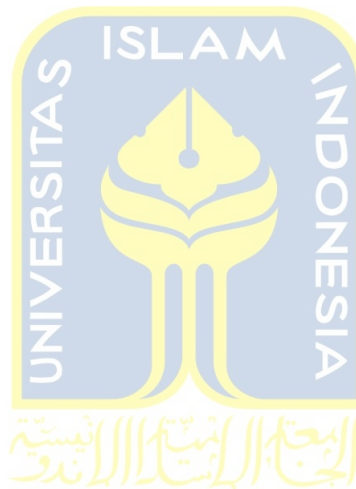
3. Bapak dan Ibu selaku orang tua yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang yang tak terhingga sampai detik ini serta doa-doa yang tak pernah henti dipanjatkan untuk anak-anaknya. Selain itu, untuk Firza Refo Adi Pratama selaku kakak yang paling realis sekaligus idealis. Terimakasih atas segala transferan yang tak terduga. Serta Naila Firda Falasifa selaku adik tersayang. Semoga kita sekeluarga selalu diberi kebahagiaan dan kesejahteraan oleh Allah SWT Aamiin.
4. Ibu Dra. Isti Rahayu, M.si., Ak., CA., ACPA. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, arahan dan kesabaran ketika bimbingan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan Ibu Isti.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
6. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D., CfrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
7. Bapak Dekar Urumsah, SE., S.Si., M. Com (IS)., Ph.D., CfrA. selaku ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen yang sudah memberikan pengalaman berupa ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga penulis dapat memperoleh banyak ilmu pengetahuan yang dapat diambil.

9. Miftah, Hanin dan Ulfa teman seperbimbingan, makasih ya sudah jadi partner bertukar pikiran.
10. Teman-Teman KSPM FBE UII yang sudah memberi pengalaman dan kesan yang luar biasa (Dinda, Lala, Aya, Nada, Ica, Khanza, Adhit, Fajar, dan Yogi). Terimakasih atas dedikasinya.
11. Teman-teman MW SQUAD (Azmi, Deniro, Erix, Galih, Galang, Revo, Renaldi, Rizaldy, Hashfi, Yosep, Dhimas, Ipul, dan Zidan) yang menjadi wadah bagi penulis dalam berproses, menjadi tempat berkeluh kesah, dan menjadi teman yang selalu menghibur.
12. Teman-teman KKN 65 terutama unit 59, para pengikut Anas, Kiki, Agung, Dhita, Syahda, Minik, Diana, dan Ajeng. Terimakasih sudah meramaikan hari-hari selama KKN.
13. Semua Pihak yang terlibat dan tidak bisa disebutkan namanya satu per satu karena telah membantu penulis dalam menyelesaikan *study* di Universitas Islam Indonesia.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua kebaikan, bantuan, serta dukungan dari pihak tersebut. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, dan membalas semua kebaikan kalian semua. Penulis menyadari betapa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, setelah diuji penulis akan berusaha untuk memperbaikinya dengan semaksimal mungkin. Doa terbaik penulis sampaikan kepada siapapun yang saat ini sedang berjuang ingin merasakan



bangku kuliah demi membahagiakan orang tua, keluarga dan menggapai cita-cita. “Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Sekiranya merasa gagal dalam menggapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan. Jangan menyerah, tetaplah berjuang, bangkit dari keterpurukan. Karena saya yakin kita semua disini adalah petarung untuk kehidupan yang keras ini”.



Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 April 2023

Penulis,

Hanif Adi Haidar Ali

## Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Mobile Banking.....	11
2.1.2 Teori UTAT 2 (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) .....	11
2.1.3 QRIS.....	13
2.1.4 BI FAST.....	13
2.2 Telaah Kajian Terdahulu.....	13
2.3 Hipotesis.....	17
2.3.1 Pengaruh <i>performance expectancy</i> terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.....	17
2.3.2 Pengaruh <i>effort expectancy</i> terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.....	18
2.3.3 Pengaruh ( <i>social influence</i> ) pengaruh sosial terhadap minat untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.....	19
2.3.4 Pengaruh <i>facilitating condition</i> terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.....	19
2.3.5 Pengaruh <i>hedonic motivation</i> terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.....	20

2.3.6 Pengaruh <i>price value</i> terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi <i>mobile banking</i> .	21
2.3.7 Pengaruh <i>habit</i> terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi <i>mobile banking</i> .	22
2.3.8 Pengaruh <i>experience</i> sebagai moderasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi <i>mobile banking</i> .	23
<b>BAB III</b>	26
3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian	26
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	27
3.3.1 Variabel Dependen	27
3.3.2 Variabel Independen	28
3.3.3 Variabel Moderasi	36
3.4 Formulasi Hipotesis	36
3.5 Metode Analisis Data	39
3.5.1 Teknik Analisis Data	39
3.5.2 Pengujian Model Pengukuran	39
3.5.3 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	41
<b>BAB IV</b>	42
4.1 Hasil Pengumpulan Data	42
4.2 Karakteristik Responden	42
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	43
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Umur	43
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	47
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	48
4.2.4 Seberapa sering menggunakan QRIS atau BI FAST pada kurun waktu 1 bulan.	49
4.3 Analisis Data	50
4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	54

4.3.2 Uji Reliabilitas .....	58
4.4 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	60
4.4.1 Uji Goodness-Fit Model .....	60
4.4.2 Uji Hipotesis .....	60
4.4.3 Pembahasan Hipotesis .....	65
<b>BAB 5</b> .....	73
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Implikasi Penelitian .....	74
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	75
5.4 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	76
<b>LAMPIRAN</b> .....	81



## Daftar Tabel

Tabel 3.1 Skala Likert .....	27
Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran Variabel Dependen .....	28
Tabel 3.3 Instrumen Pengukuran Variabel Harapan Kinerja.....	29
Tabel 3.4 Instrumen Pengukuran Variabel Haraoan Usaha .....	30
Tabel 3.5 Instrumen Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial .....	31
Tabel 3.6 Instrumen Pengukuran Variabel Kondisi Fasilitas .....	32
Tabel 3.7 Instrumen Pengukuran Variabel Motivasi Hedonis.....	33
Tabel 3.8 Instrumen Pengukuran Variabel Nilai Harga .....	34
Tabel 3.9 Instrumen Pengukuran Variabel Kebiasaan .....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Program Studi.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	48
Tabel 4. 6 Intensi Pengguna QRIS atau BI FAST Pada Kurun Waktu 1 Bulan .....	49
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif .....	51
Tabel 4.8 Initial Item Loading dan AVE.....	55
Tabel 4.9 Nilai Cross Loading .....	57
Tabel 4. 10 Nilai Composite Realibility .....	59
Tabel 4.11 Nilai R-Square .....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis dan Path Coefficient .....	61

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berdasarkan hasil survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 210 juta (*APJII Di Indonesia Digital Outlook 2022, 2022*). Lebih lanjut APJII menjelaskan tingkat penetrasi internet di kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% pada 2021-2022. Posisi kedua ditempati oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi internet sebesar 98,64% (Bayu, 2022). Banyaknya jumlah pengguna internet tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi di Indonesia. Perkembangan teknologi sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari karena berkembangnya teknologi diikuti dengan kemajuan revolusi industri yang selalu berkembang. Revolusi industri menyebabkan segala macam kebutuhan menuntut sistem yang lebih strategis dan simpel. Salah satu contoh produk teknologi tersebut yaitu sistem *Digital Payment*. *Digital Payment* adalah layanan elektronik untuk menyimpan informasi tentang instrumen pembayaran sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, yang juga dapat mencakup dana, untuk melakukan pembayaran yang bertujuan untuk memberikan pelanggan kecepatan, kemudahan penggunaan, efisiensi, efektivitas, transparansi, dan aksesibilitas kepada pelanggan aplikasi pembayaran digital memungkinkan pengguna untuk membayar secara instan, memeriksa saldo, dan mentransfer uang (Bank Indonesia, 2016). Pada

awalnya penyedia digital payment adalah sektor perbankan, namun kemudian berkembang dari berbagai sektor contohnya seperti perusahaan telekomunikasi, transportasi, serta pemula digital. Tidak hanya jumlah aplikasinya saja yang meningkat namun jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia kini kian terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, contohnya saja pada tahun 2010 jumlah transaksi uang elektronik sudah mencapai 7,9 juta unit, dengan total transaksi Rp 693,47 miliar, dan sampai dengan tahun 2019 jumlah transaksi uang elektronik meningkat hingga mencapai 31 kali lipat menjadi 25,1 juta unit, dengan nilai transaksi mencapai Rp 95,75 triliun (Iradianty & Aditya, 2020). Dibandingkan dengan data dari Bank Indonesia catatan nilai transaksi digital banking yaitu Rp 5.184,1 triliun lebih rendah dari nilai transaksi uang elektronik yaitu Rp 35,1 triliun pada Oktober 2022. Data diatas menunjukkan kenaikan transaksi ekonomi dan keuangan digital yang dikarenakan meningkatnya preferensi masyarakat untuk berbelanja daring, kemudahan sistem pembayaran digital, serta akselerasi *digital banking* (Wicaksono, 2022).

Saat ini masyarakat dimudahkan dengan sistem pembayaran digital baik melalui dompet digital maupun bank digital atau *mobile banking*. Mobile Banking menjadi *highlight* utama dalam penelitian ini karena persaingan mode transaksi perbankan yang kini mulai tersisihkan karena kemunculan dompet digital yang memiliki keunggulan lebih mudah dan lebih murah. Pengguna *mobile banking* mengharapkan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain tiga komponen tersebut biaya administrasi antar bank yang murah tentunya juga sangat

diharapkan. 94% pengguna *digital payment* lebih memilih *e wallet* sedangkan hanya 54% memilih menggunakan *mobile banking* dan 48% memilih keduanya (Sadya, 2022). Dari data tersebut menunjukkan bahwa pengguna *digital payment* cenderung lebih memilih *e wallet* dibanding menggunakan *mobile banking*. Pengguna tentunya akan membandingkan harga yang diberikan apakah sudah sesuai dengan utilitas yang diberikan oleh jasa *digital banking* atau tidak, dan juga mempertimbangkan kemudahan penggunaannya.

Pada tanggal 17 November 2021 Bank Indonesia sebagai regulator melalui surat "PADG No. 23/25/PADG/2021" menerbitkan ketentuan penyelenggaraan BI-FAST atau Bank Indonesia *Fast Payment*. BI-FAST akan menjadi *backbone* infrastruktur sistem pembayaran ritel masa depan, yang mengakselerasi pembayaran menggunakan berbagai instrumen dan kanal secara *real time*, aman, mudah, dan beroperasi 24/7. (bi.go.id, 2021). Layanan BI-FAST ini memberikan keunggulan berupa biaya transfer antar bank Rp 2.500, Real Time 24/7 (*real time* di level bank dan nasabah serta tersedia setiap saat), Secure (dilengkapi dengan fitur *fraud detection* dan *Anti-Money Laundering/AML, Countering Financing of Terrorism/CFT*), Efisien (penggunaan *proxy address* sebagai alternatif nomor rekening). Hal tersebut yang kemudian mendorong adanya penambahan fitur BI-FAST ke dalam aplikasi *mobile banking* yang dinilai sebagai solusi penawaran layanan transfer antar bank yang lebih murah.



Selain itu untuk memfasilitasi pembayaran secara digital, Bank Indonesia pada 20 Januari 2020 menerbitkan QRIS. Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (bi.go.id, 2020b). Pada saat ini, dengan sistem QRIS seluruh aplikasi pembayaran yang berasal dari penyelenggara baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi berlogo QRIS, walaupun penyedia QRIS di *merchant* berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat. *Merchant* hanya perlu membuka rekening dan akun pada salah satu penyelenggara QRIS yang sudah berizin dari Bank Indonesia. Lalu, *merchant* sudah dapat menerima pembayaran dari masyarakat menggunakan QR dari aplikasi manapun yang digunakan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) menunjukkan bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu, 2022), (Anandia & Aisyah, 2023) memberikan hasil bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) tidak memiliki pengaruh terhadap teknologi. (Bharata & Widyaningrum, 2020), (Saibil & Andi, 2022) memberikan hasil bahwa harapan usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap

teknologi. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu, 2022), (Anandia & Aisyah, 2023) menunjukkan bahwa harapan usaha (*effort expectancy*) tidak memiliki pengaruh terhadap teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) (Saibil & Andi, 2022) menunjukkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anandia & Aisyah, 2023) mengungkapkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) tidak memiliki pengaruh terhadap teknologi. Kemudian kondisi fasilitas (*facilitating condition*) pada penelitian (Anandia & Aisyah, 2023) (Bharata & Widyaningrum, 2020) (Saibil & Andi, 2022) berpengaruh positif sedangkan pada penelitian () tidak memiliki pengaruh terhadap teknologi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) (Saibil & Andi, 2022) variabel motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh positif, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Anandia & Aisyah, 2023) motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh terhadap teknologi. Selanjutnya pada faktor nilai harga (*price value*) penelitian yang dilakukan oleh (Saibil & Andi, 2022) menunjukkan bahwa nilai harga (*price value*) berpengaruh positif terhadap teknologi, sebaliknya pada penelitian yang dilakukan oleh (Anandia & Aisyah, 2023) (Bharata & Widyaningrum, 2020) faktor nilai harga (*price value*) tidak berpengaruh terhadap teknologi.

Berikutnya variabel kebiasaan (*habit*) pada penelitian yang dilakukan oleh (Anandia & Aisyah, 2023)(Saibil & Andi, 2022) menunjukkan bahwa kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif terhadap teknologi sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) variabel kebiasaan (*habit*) tidak memiliki pengaruh terhadap teknologi.

Mempertimbangkan pesatnya penggunaan digital payment yang saat ini didominasi penggunaan dompet digital, peneliti tertarik untuk membuktikan apakah mahasiswa yang merupakan kelompok generasi terbesar pengguna internet berniat terus menggunakan mobile banking setelah BI menerbitkan QRIS dan BI Fast. Adapun judul penelitian ini “**Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST Pada Mobile Banking**” .

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
2. Apakah harapan usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
3. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?

4. Apakah kondisi fasilitas (*facilitating condition*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
5. Apakah motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
6. Apakah nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
7. Apakah kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
8. Apakah pengalaman (*experience*) memperkuat pengaruh kondisi fasilitas (*facilitating condition*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?
9. Apakah pengalaman (*experience*) memperkuat pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking* ?
10. Apakah pengalaman (*experience*) memperkuat pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan pengaruh harapan kinerja (*performance expectancy*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

2. Untuk membuktikan pengaruh harapan usaha (*effort expectancy*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
3. Untuk membuktikan pengaruh kondisi fasilitas (*facilitating condition*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
4. Untuk membuktikan pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
5. Untuk membuktikan pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
6. Untuk membuktikan pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
7. Untuk membuktikan pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
8. Untuk membuktikan pengalaman dapat memperkuat pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
9. Untuk membuktikan pengalaman dapat memperkuat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.
10. Untuk membuktikan pengalaman dapat memperkuat pengaruh nilai harga terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

### **1. Manfaat untuk Praktisi**

Penelitian ini diharapkan memberikan gambarnya kepada para praktisi di perusahaan aplikasi mobile banking. Sebagai masukan informasi dalam mengembangkan aplikasi agar semakin lebih baik dalam melayani penggunanya dan juga sebagai referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

### **2. Manfaat untuk Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan mobile banking.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Pada penulisan skripsi terdapat beberapa sistematika dan juga struktur yang terdiri dari 5 Bab, berikut ini penjelasan mengenai beberapa bab tersebut secara singkat:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini ada beberapa penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan juga sistematika dari penulisan skripsi.

## BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini teori perumusan hipotesis dijelaskan dengan bantuan landasan teoritis, untuk mendukung penjelasan tersebut terdapat penelitian sebelumnya dan menggunakan kerangka pemikiran yang membantu penyelesaian dari penelitian ini.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini populasi dan sampel merupakan isi inti dalam penelitian yang operasionalnya didefinisikan untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian yang diteliti, lalu terdapat beberapa metode untuk pengumpulan data dan juga analisis apa saja yang digunakan.

## BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat bagaimana responden terlihat, dan metode analisis serta hasil penelitian yang diinterpretasi.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dan juga saran, di mana kesimpulan yang ada merupakan pemaparan secara singkat setelah apa yang diuraikan pada pembahasan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Mobile Banking**

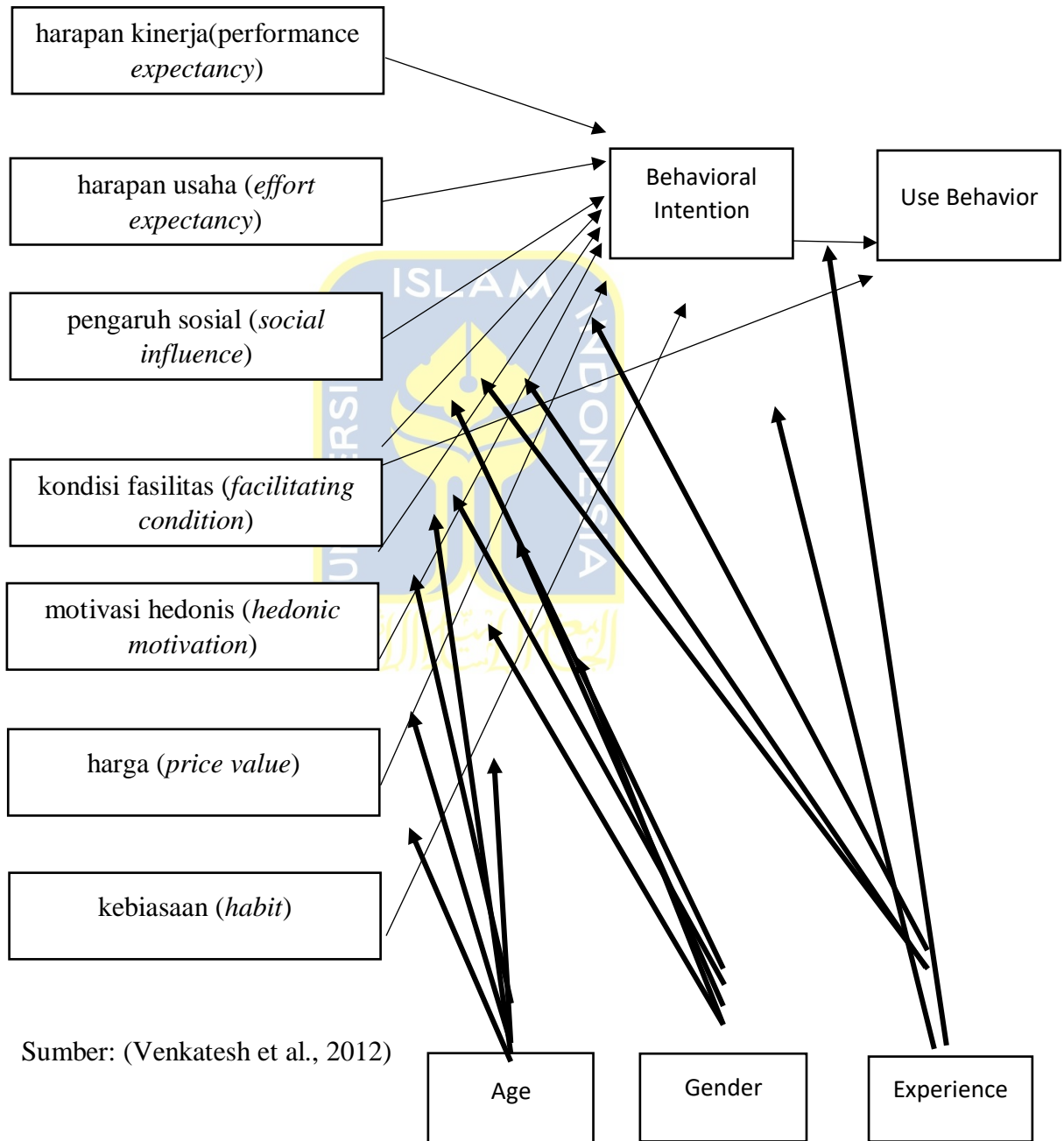
Mobile banking adalah layanan dari perbankan yang berguna untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tanpa perlu datang ke bank ataupun ATM. Keunggulan dari mobile banking ialah nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dari mana saja dan kapan saja tanpa dibatasi oleh waktu. Layanan pada mobile banking meliputi: transaksi keuangan, transaksi non keuangan, transfer dana, cek saldo serta pembayaran tagihan yang dilakukan melalui *smartphone* (Wibiadila, 2016).

##### **2.1.2 Teori UTAT 2 (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2)**

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) adalah pengembangan dari model UTAUT. UTAUT sering digunakan sebagai model penelitian untuk mengevaluasi penerimaan teknologi, UTAUT mendapatkan banyak masukan dalam berbagai penelitian karena perbedaan budaya, populasi dan teknologi. Oleh karena itu pada tahun 2012 UTAUT dikembangkan kembali oleh Viswanath Venkatesh ia merupakan pengembang dari model teori ini, beliau memperkenalkan model UTAUT2. Pada UTAUT2 Viswanath Venkatesh menambahkan 3 konstruk



baru yaitu nilai harga (*price value*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), dan kebiasaan (*habit*) (Venkatesh et al., 2012).



Sumber: (Venkatesh et al., 2012)

### 2.1.3 QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (bi.go.id, 2020b)

### 2.1.4 BI FAST

BI-FAST merupakan infrastruktur sistem pembayaran ritel nasional yang dapat memberikan serta memfasilitasi pembayaran ritel secara cepat, aman, efisien, serta tersedia setiap saat (24/7). Bank Indonesia mengembangkan BI-FAST terutama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai layanan transfer dana yang lebih efisien, cepat (*real-time*), dan tersedia setiap saat (24/7). BI-FAST diharapkan dapat memperkuat ketahanan sistem pembayaran ritel nasional dengan menyajikan alternatif terhadap infrastruktur sistem pembayaran nasional eksisting (bi.go.id, 2020a).

## 2.2 Telaah Kajian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Andrianto, 2020) mengenai transaksi uang elektronik menggunakan model UTAUT 2 menunjukkan bahwa variabel *price value* berpengaruh positif terhadap Behavior Intention sedangkan untuk faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap *behavior intention*.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan (Putri et al., 2023) tentang minat menggunakan *mobile banking* dengan pengalaman sebagai pemoderasi Hasil

pengujian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, kondisi fasilitasi, dan nilai harga berpengaruh positif terhadap minat pengguna m-banking. Ekspektasi bisnis, motivasi hedonis dan kebiasaan tidak berpengaruh dan pengalaman hanya mampu memoderasi hubungan antara nilai harga dan minat menggunakan m-banking.

Penelitian (Santoso & Rachmawati, 2021) melakukan penelitian terkait dengan minat penggunaan m-banking di Indonesia dengan menggunakan model UTAUT 2 yang sudah dimodifikasi. Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa terdapat empat faktor yang berada dalam model modifikasi UTAUT 2 yang mempengaruhi minat perilaku (Behavioral Intention) untuk menggunakan layanan M-Banking Livin' by Mandiri. Faktor-faktor tertinggi hingga terendah yang mempengaruhi berturut-turut berdasarkan *path coefficient* adalah *Social Influence*, *Trust*, *Habit*, dan *Hedonic Motivation*. Dalam faktor moderasi, usia dan jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh faktor *Behavioral Intention*.

Penelitian (Cahyani & Dewi, 2022) mengenai adopsi uang elektronik dengan model UTAUT2. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor nilai sosial budaya, faktor kondisi fasilitasi, faktor nilai harga, serta kebiasaan berpengaruh secara positif signifikan pada niat penggunaan uang elektronik, sementara itu, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha serta motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh pada niat penggunaan uang elektronik. Selain itu, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan

niat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan uang elektronik.

Penelitian (Shafly, 2020) meneliti tentang penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan *behavior intention* dan *use behavior* penggunaan *mobile banking* di kota Malang Hasil pengujian terhadap kedelapan hipotesis dapat disimpulkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, dan price value memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Facilitating condition, habit dan behavioral intention memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior.

Penelitian tentang penerimaan teknologi *mobile banking* terhadap *use behavior* dengan model UTAUT 2 yang diteliti oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh positif terhadap teknologi.

Penelitian (Saibil & Andi, 2022) meneliti tentang niat menggunakan QRIS pada sharia *mobile banking* saat pandemi covid-19 dengan modifikasi model UTAUT 2, menunjukkan hasil bahwa sebanyak delapan hipotesis yang diajukan semuanya diterima sehingga mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki niat yang baik dan merasa kemudahan menggunakan QRIS pada masa pandemi

Selanjutnya penelitian (Saragih & Rikumahu, 2022) mengungkapkan bahwa terdapat tiga hipotesis yang diterima. Hanya variabel Kebiasaan (H7a) yang berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan, namun variabel lainnya tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan. Kemudian ditemukan bahwa

variabel Kondisi Pendukung (H4b) dan Niat Menggunakan (H8) berpengaruh signifikan positif dengan perilaku menggunakan. Kemudian, hanya variabel jenis kelamin yang memoderasi variabel independen dengan variabel dependen.

Pada penelitian (Wirantama, 2020) terungkap bahwa ekspektasi kinerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), kondisi yang memfasilitasi (facilitating conditions), dan kebiasaan (habit) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap niat perilaku, sementara faktor sosial (social influence), motivasi hedonis (hedonic motivation), dan nilai harga (price value) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku. Hasil analisis menunjukkan bahwa kebiasaan secara langsung berpengaruh terhadap perilaku penggunaan M-banking, sedangkan persepsi resiko (risk) dan niat perilaku berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap perilaku penggunaan M-banking. Dalam uji moderasi, usia tidak memperkuat pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap niat perilaku dalam menggunakan M-banking. Jenis kelamin tidak memperkuat pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap niat perilaku, namun jenis kelamin memperkuat pengaruh kebiasaan terhadap niat perilaku dalam menggunakan M-banking. Pengalaman tidak memperkuat pengaruh faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan kebiasaan terhadap niat perilaku, namun jenis

pengalaman memperkuat pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat perilaku dalam menggunakan M-banking.

Temuan penelitian terbaru oleh (Anugrah, 2022) menunjukkan bahwa nilai manfaat (PV) dan rutinitas (HB) berdampak positif terhadap niat bertindak (BI). Selanjutnya, faktor-faktor yang memfasilitasi (FC), kebiasaan (HB), dan niat bertindak (BI) berpengaruh positif terhadap penggunaan (UB). Namun, harapan kinerja (PE), harapan usaha (EE), pengaruh sosial (SI), motivasi hedonis (HM), gamifikasi (GM), dan faktor-faktor yang memfasilitasi (FC) tidak berpengaruh terhadap niat bertindak (BI).

### **2.3 Hipotesis**

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### **2.3.1 Pengaruh *performance expectancy* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking**

Harapan kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat saat melakukan kegiatan tertentu (Venkatesh et al., 2012). Setelah adanya QRIS dan BI FAST maka mobile banking menjadi lebih bermanfaat karena dapat digunakan sebagai fasilitas pembayaran. Pembayaran digital tidak lagi hanya dapat dilakukan dengan dompet digital misalnya DANA, OVO, GOPAY, SHOPEE PAY, namun juga dapat menggunakan QRIS maupun BI FAST yang bermanfaat untuk lebih memberikan manfaat berupa keefisienan dalam melakukan kegiatan transaksi. Penelitian yang

dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) mendapatkan hasil bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Dari penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi manfaat sebuah teknologi maka semakin tinggi niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

**H1 : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

### **2.3.2 Pengaruh *effort expectancy* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Harapan usaha (*effort expectancy*) adalah seberapa besar usaha yang diperlukan atau tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Fitur layanan pada aplikasi mobile banking memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa harus pergi ke bank maupun ATM, dengan aplikasi ini pengguna dimudahkan dengan peningkatan layanan seperti BI-FAST yang memberikan kemudahan berupa fitur *proxy address* sebagai pengganti nomor rekening yang lebih mudah dan efisien. Selain itu QRIS memberikan kemudahan berupa fitur proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Pada penelitian (Anandia & Aisyah, 2023) mendapatkan hasil bahwa harapan usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Dari penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin mudah sebuah teknologi maka semakin tinggi niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

**H2 : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

### **2.3.3 Pengaruh (*social influence*) pengaruh sosial terhadap minat untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Pengaruh sosial (*social influence*) adalah sejauh mana orang-orang sekitar akan merekomendasikan teknologi tertentu dan merasa harus menggunakan teknologi tersebut karena orang yang berpengaruh menggunakannya (Venkatesh et al., 2012). Pengaruh sosial mungkin saja mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi. Ketika seseorang melihat teman atau keluarganya menggunakan QRIS atau BI FAST dan merasa lebih mudah maka orang tersebut akan terpengaruh untuk menggunakannya pula. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) mengungkapkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Dari penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi pengaruh sosial maka semakin tinggi minat untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

**H3 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada mobile banking.**

### **2.3.4 Pengaruh *facilitating condition* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) mengacu pada persepsi pengguna teknologi tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu



perilaku (Venkatesh et al., 2012). Fasilitas pendukung bagi pengguna *mobile banking* tentunya perlu dibutuhkan seperti *smartphone* dan jaringan internet agar pengguna dapat menggunakan aplikasi mobile banking, dengan makin masifnya pengguna *smartphone* dan jaringan internet di Indonesia hal ini dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*. Banyak UMKM yang memberikan fasilitas QRIS dalam proses pembayarannya sehingga pengguna dapat terpenuhi kebutuhan fasilitasnya untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu banyak bank-bank yang sudah terdaftar dalam BI FAST sehingga pengguna dapat lebih luas untuk menggunakannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023)(Cahyani & Dewi, 2022) mengungkapkan bahwa pengaruh kondisi fasilitas berpengaruh terhadap teknologi, maka semakin tinggi pengaruh kondisi fasilitas maka semakin tinggi juga minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

**H4 :*Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

### **2.3.5 Pengaruh *hedonic motivation* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Ketika seseorang menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking akan dapat memberikan kesenangan dan kepuasan ketika menggunakannya. Ketika seseorang

merasa saat menggunakan transaksi digital dapat memberikan manfaat dan juga kemudahan tentunya ada muncul kesenangan dan juga kepuasan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Rachmawati, 2021)(Shafly, 2020) mengungkapkan bahwa motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Maka semakin tinggi tingkat kesenangan dan kepuasan seseorang saat menggunakan QRIS atau BI FAST akan menyebabkan semakin tingginya minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

**H5 : *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

### **2.3.6 Pengaruh *price value* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

Nilai harga (*price value*) didefinisikan sebagai pertukaran antara manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2012). Ketika seseorang menggunakan aplikasi *mobile banking* tentunya akan membandingkan antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi tersebut dengan biaya yang harus dikeluarkan sesuai dengan layanan yang digunakan, seperti biaya transfer yang kini ada beberapa pilihan layanan yaitu RTGS, SKN, RTO, dan yang terbaru BI-FAST. Layanan-layanan tersebut tentunya memiliki nominal biaya masing-masing sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan banyaknya pilihan pengguna aplikasi *mobile banking* juga dapat memilih layanan

mana yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Shafly, 2020)(Cahyani & Dewi, 2022)(Bharata & Widyaningrum, 2020)(Putri et al., 2023) mengungkapkan bahwa nilai harga (*price value*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Maka semakin tinggi nilai utilitas sebuah teknologi maka akan semakin tinggi minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

**H6 : *Price value* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

### **2.3.7 Pengaruh *habit* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Menurut (Venkatesh et al., 2012) Kebiasaan (*habit*) didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis. Dalam hal ini seseorang yang telah menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking* yang telah mendapatkan manfaat dan kenyamanan tentunya akan terus berulang untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*. Maka hal tersebut akan memunculkan kebiasaan untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Rachmawati, 2021)(Cahyani & Dewi, 2022) memberikan hasil bahwa kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif terhadap teknologi. Maka semakin tinggi seseorang untuk terbiasa menggunakan teknologi maka akan semakin tinggi

minat seseorang untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

**H7 : *Habit* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

**2.3.8 Pengaruh *experience* sebagai moderasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Menurut (Venkatesh et al., 2012) seorang individu yang memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi pada dasarnya lebih mampu memanfaatkannya dengan baik dibandingkan dengan individu yang sedikit pengalaman terhadap teknologi yang sama. Ketika seseorang telah sering menggunakan aplikasi mobile banking maka akan semakin mudah orang tersebut untuk memahami dan menggunakan QRIS atau BI FAST. Maka semakin berpengalaman seseorang menggunakan teknologi tentu akan membuat minat menggunakan teknologi semakin tinggi. Ketika seseorang telah sering menggunakan sistem QRIS atau BI FAST maka kondisi fasilitas seperti internet dan *smartphone* yang mendukung penggunaan sistem tersebut tentunya akan mempengaruhi seseorang tersebut untuk menggunakannya. Karena untuk menggunakan QRIS atau BI FAST diperlukan layanan internet dan *smartphone* yang mendukung untuk menggunakan sistem tersebut. Maka semakin berpengalaman seseorang maka fasilitas kondisi akan semakin berpengaruh terhadap minat

menggunakan kembali QRIS atau BI FAST. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020) mengungkapkan bahwa pengalaman menjadi indikator yang digunakan untuk menguatkan niat menggunakan kembali suatu teknologi, dengan pengalaman yang baik maka pengguna akan memiliki motivasi untuk menggunakannya kembali.

**H8 : *Experience* memperkuat pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST *mobile banking*.**

Ketika seseorang yang sudah menggunakan QRIS atau BI FAST akan paham kegunaan serta manfaat yang didapatkan ketika menggunakan sistem tersebut, seperti pengguna akan lebih mudah dalam melakukan pembayaran karena lebih praktis dan efisien sehingga akan timbul kesenangan dari menggunakan QRIS atau BI FAST. Maka semakin orang berpengalaman menggunakan QRIS atau BI FAST maka motivasi hedonis semakin kuat mempengaruhi minat

**H9: *Eperience* memperkuat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

Dalam hal ini seseorang yang telah menggunakan QRIS atau BI FAST akan mengetahui nilai utilitas atau pertukaran antara manfaat dari suatu sistem dengan harga yang dibayarkan. Ketika seseorang telah sering menggunakan QRIS atau BI FAST maka orang tersebut akan membandingkan harga dengan manfaat yang didapatkan, dengan harga yang diberikan saat ini pengguna akan mendapatkan

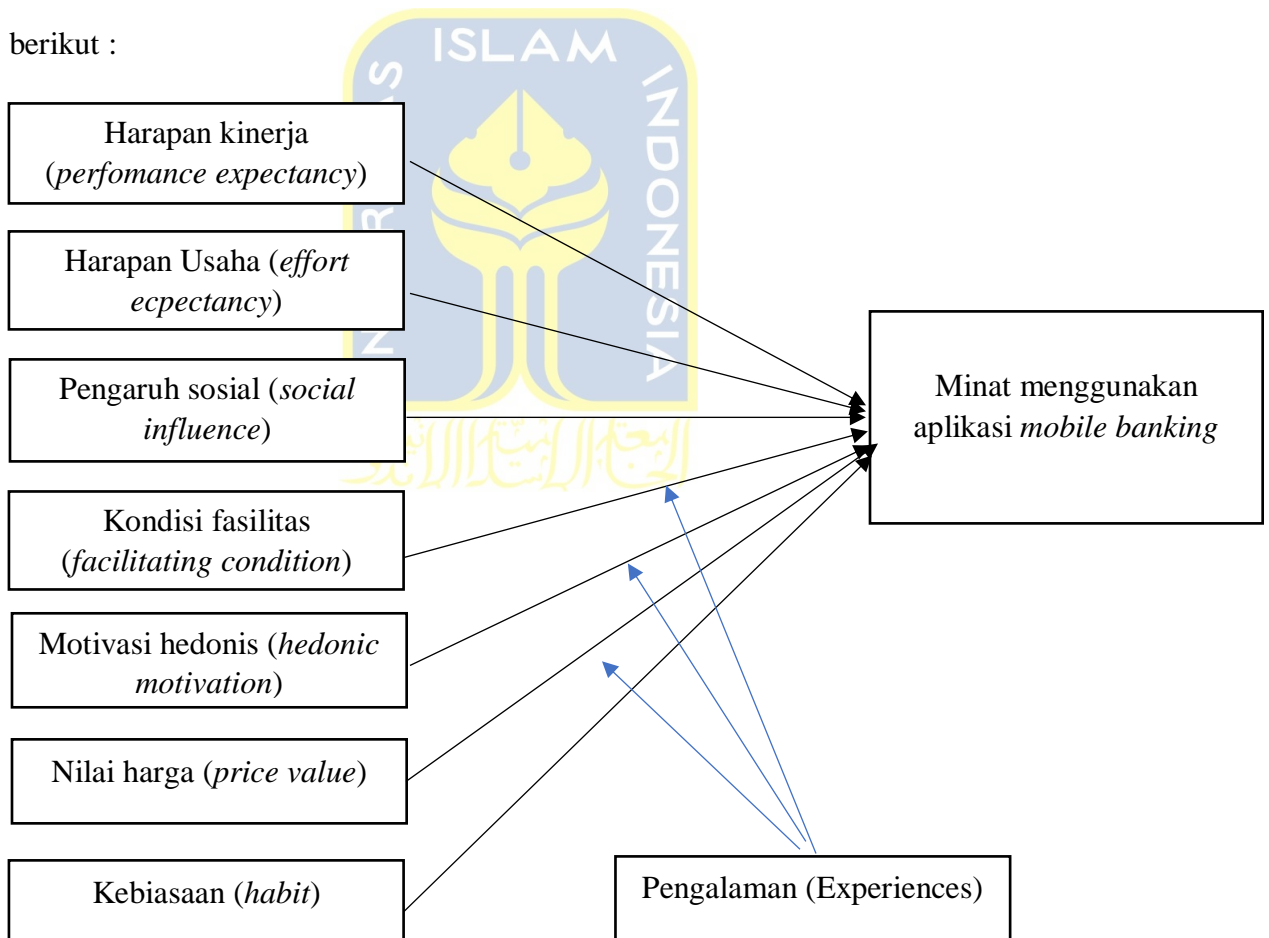
keamanan,kenyamanan,dan kemudahan dalam melakukan transaksi melalui sistem tersebut. Maka semakin beerpengalaman menggunakan QRIS atau BI FAST , maka semakin kuat pengaruh nilai harga terhadap minat.

**H10: *Experience* memperkuat pengaruh nilai harga terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

#### 2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis diatas, peneliti merumuskan model kerangka penelitian sebagai

berikut :



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian

Menurut (Handayani, 2020), 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 pada penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini ukuran sampel menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena belum diketahui dengan pasti jumlah populasinya. Rekomendasi jumlah sampel yang digunakan minimal 5 kali sampai 10 kali dari pertanyaan kuesioner yang diajukan (Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, 2018). Pertanyaan kuesioner dalam penelitian terdapat 29 item. Jadi minimal jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu 135 responden. Tapi pada penelitian ini akan menggunakan minimal 200 sampel.

#### 3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer adalah jenis data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan media *google*

*form*, (<https://s.id/SkripsiHanif>). Pada halaman awal kuesioner responden akan diminta untuk mengisi data diri dan akan dijaga kerahasiaan datanya. Pada halaman selanjutnya responden akan diminta untuk mengisi pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti untuk digunakan dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 poin yaitu:

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala	Keterangan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

### 3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

#### 3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat mahasiswa untuk menggunakan kembali *mobile banking*. Variabel dependen pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 3 item. Dalam mengukur variabel dependen pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.



Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran Variabel Dependen

Variabel	Indikator	Referensi
Minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking	<p>-Saya berkeinginan untuk terus menggunakan fasilitas QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking di masa mendatang.</p> <p>-Saya akan selalu mencoba QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking dalam kehidupan sehari-hari.</p> <p>-Saya berencana untuk terus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking</p>	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen pada penelitian ini adalah harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating condition*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*).

### 3.3.2.1 Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

Harapan Kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat saat melakukan kegiatan tertentu (Venkatesh et al., 2012). Variabel Harapan kinerja diukur menggunakan 4 indikator yang digunakan oleh (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.3 Instrumen Pengukuran Variabel Harapan Kinerja

Variabel	Indikator	Referensi
Harapan Kinerja atau <i>performance expectancy</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking bermanfaat untuk kebutuhan sehari-hari saya.</li><li>- QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking meningkatkan efisiensi kinerja saya.</li><li>-Menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking membantu menyelesaikan kebutuhan saya lebih cepat.</li><li>-Menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking meningkatkan produktivitas saya.</li></ul>	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.3.2.2 Harapan Usaha (*Effort Expectancy*)

Harapan usaha (*effort expectancy*) adalah seberapa kecil usaha yang diperlukan atau tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Variabel independen pada penelitian ini diuji berdasarkan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 2 item. Dalam mengukur variabel independen pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.4 Instrumen Pengukuran Variabel Haraoan Usaha

Variabel	Indikator	Referensi
Harapan usaha atau <i>effort expectancy</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking mudah dan dapat dimengerti.</li><li>-Mudah bagi saya untuk mempelajari cara menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</li><li>-Saya merasa QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking mudah digunakan.</li><li>-Mudah bagi saya untuk mahir menggunakan QRIS atau BI FAST</li></ul>	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.3.2.3 Pengaruh Sosial (Social influence)

Variabel yang selanjutnya adalah pengaruh sosial. Pengaruh Sosial (*Social Influence*) adalah sejauh mana pengguna teknologi akan merekomendasikan teknologi tertentu dan merasa bahwa orang lain juga harus menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012). Variabel tersebut pada penelitian ini diuji berdasarkan 3 item pertanyaan dalam kuesioner. Dalam mengukur variabel tersebut peneliti menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.5 Instrumen Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial

Variabel	Indikator	Referensi
Pengaruh Sosial (Social Influence)	<ul style="list-style-type: none"><li>-Orang-orang yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</li><li>-Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya,berpkiri bahwa saya harus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</li><li>-Orang yang pendapatnya saya hargai, lebih suka saya menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</li></ul>	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.3.2.4 Kondisi Fasilitas (*Facilitating Condition*)

Variabel selanjutnya adalah kondisi fasilitas. Menurut (Venkatesh et al., 2012) kondisi fasilitas (*facilitating condition*) yaitu suatu hal yang mengacu pada persepsi pengguna teknologi tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku. Variabel pada penelitian ini diuji berdasarkan 3 item pertanyaan dalam kuesioner. Dalam mengukur variabel tersebut pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.6 Instrumen Pengukuran Variabel Kondisi Fasilitas

Variabel	Indikator	Referensi
Kondisi Fasilitas ( <i>facilitating condition</i> )	<ul style="list-style-type: none"><li>-Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan handphone) yang diperlukan untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</li><li>-Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi QRIS atau BI FAST pada mobile banking.</li><li>-Terdapat orang lain yang akan membantu saya apabila saya kesulitan dalam</li></ul>	(Venkatesh et al., 2012)

	<p>menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</p> <p>- Aplikasi mobile banking kompatibel dengan mobile phone yang saya gunakan.</p>	
--	---	--

### 3.2.3.5 Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation)

Variabel berikutnya adalah motivasi hedonis. Motivasi Hedonis (*hedonic motivation*) didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Pada penelitian ini variabel tersebut diuji berdasarkan 2 item pertanyaan dalam kuesioner. Dalam mengukur variabel tersebut peneliti menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.7 Instrumen Pengukuran Variabel Motivasi Hedonis

Variabel	Indikator	Referensi
Motivasi Hedonis ( <i>hedonic motivation</i> )	<p>-Saya merasa senang saat menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</p> <p>-Saya merasa menikmati saat menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</p>	(Venkatesh et al., 2012)

	-Saya merasa sangat tertarik untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.	
--	--	--

### 3.3.2.6 Nilai Harga (*Price Value*)

Variabel yang selanjutnya adalah nilai harga. Menurut (Venkatesh et al., 2012) Nilai harga (*price value*) adalah pertukaran antara manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya. Pada penelitian ini variabel nilai harga diuji berdasarkan 3 item pertanyaan dalam kuesioner. Dalam mengukur variabel tersebut pada penelitian ini menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.8 Instrumen Pengukuran Variabel Nilai Harga

Variabel	Indikator	Referensi
Nilai Harga ( <i>Price value</i> )	-Saya merasa harga untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking masih terjangkau.  -Saya merasa harga layanan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking sudah yang terbaik dengan layanan yang dijanjikan.	(Venkatesh et al., 2012)

	-Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.	
--	---	--

### 3.3.2.7 Kebiasaan (*Habit*)

Variabel yang terakhir yaitu kebiasaan. Menurut (Venkatesh et al., 2012) Kebiasaan (*habit*) didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis. Pada penelitian ini variabel tersebut diuji dengan 3 item pertanyaan dalam kuesioner. Dalam mengukur variabel tersebut pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dari (Venkatesh et al., 2012) dengan modifikasi peneliti.

Tabel 3.9 Instrumen Pengukuran Variabel Kebiasaan

Variabel	Indikator	Referensi
Kebiasaan ( <i>habit</i> )	-Saya sudah terbiasa menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.  -Saya merasa ketergantungan menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.	(Venkatesh et al., 2012)



	<p>-Menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking sudah menjadi hal yang wajar bagi saya.</p> <p>-Saya merasa harus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.</p>	
--	--	--

### 3.3.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah jenis variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen . Variabel moderasi pada penelitian ini adalah pengalaman (*experience*). Dasar dalam pengukuran variabel tersebut didasarkan pada tingkat volume rata-rata penggunaan transportasi online oleh masing-masing responden dalam kurun waktu 1 bulan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan 1-3 kali diberi skor 1, penggunaan 4-6 kali diberi skor 2, penggunaan 7-10 kali diberi skor 3 dan penggunaan >10 kali diberi skor 4. Variabel moderasi pada penelitian ini adalah pengalam (*experience*).

### 3.4 Formulasi Hipotesis

$H_0 1 \leq 0$  : Harapan kinerja tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 1 > 0$**  : Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 2 \leq 0$**  : Harapan usaha tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 2 > 0$**  : Harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 3 \leq 0$**  : Pengaruh sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 3 > 0$**  : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 4 \leq 0$**  : Kondisi fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 4 > 0$**  : Kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 5 \leq 0$**  : Motivasi hedonis tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 5 > 0$**  : Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 6 \leq 0$**  : Harga tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 6 > 0$**  : harga berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 7 \leq 0$**  : Kebiasaan tidak berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 7 > 0$**  : Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 8 \leq 0$**  : Pengalaman tidak memperkuat pengaruh kondisi fasilitas terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 8 > 0$**  : Pengalaman memperkuat pengaruh positif kondisi fasilitas terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 9 \leq 0$**  : Pengalaman tidak memperkuat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_a 9 > 0$**  : Pengalaman memperkuat pengaruh positif motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**$H_0 10 \leq 0$**  : Pengalaman tidak memperkuat pengaruh nilai harga terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

**H<sub>a</sub> 10 > 0** : Pengalaman memperkuat pengaruh positif nilai harga terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini akan menggunakan teknik Partial Least Square Based Structural Equation (PLS-SEM) yang merupakan statistika multivariat. Dalam model pengukuran, hubungan antara konstruksi laten dan variabel yang diamati diuji melalui SEM, dan dalam model struktural, hubungan antara konstruksi laten diuji melalui metode PLS sebagai kebalikan dari SEM berbasis kovarian karena yang pertama lebih fleksibel dan kuat. Analisis dilakukan dalam dua tahap seperti yang dikemukakan oleh (Henseler & Sarstedt, 2013) dimana tahap pertama terdiri dari penilaian model pengukuran: kecocokan model, reliabilitas internal dan diagnosis validitas (Henseler & Sarstedt, 2013).

#### **3.5.2 Pengujian Model Pengukuran**

Dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas alat pengumpulan data dengan menggunakan data utama secara keseluruhan. assesment of the measurement model disebut juga dengan uji outer model yang pada prinsipnya menguji indikator terhadap variabel laten atau mengukur seberapa jauh indikator (item) dapat menjelaskan variabel latennya. Indikator yang dipakai adalah convergent validity, doscriminant validity, dan reability.

#### a. Convergent validity

Mengukur tingkat ketepatan dari item atau sekumpulan item dalam variabel terhadap apa yang ingin diukur. Indikator validitas ini diukur dengan nilai factor loading (FL), jika nilai FL lebih besar dari 0,7 (Chin W, 1998) maka item yang diukur tersebut dianggap valid. Convergent Validity dapat juga diukur dengan menggunakan Average Variance Extracted (AVE). AVE mengukur seberapa besar item-item yang dipakai untuk mengukur suatu variabel converge (bersatu atau berkorelasi) dibandingkan dengan item-item untuk mengukur variabel lain dalam suatu model.

#### b. Discriminant Validity

Kriteria yang dipakai untuk mengukur discriminant validity adalah nilai cross loading. Nilai cross loading menunjukkan besarnya korelasi antara setiap variabel dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu indikator dikatakan valid jika indikator suatu konstruk memiliki nilai korelasi terhadap konstraknya lebih besar dari nilai korelasi dengan konstruk lain. Indikator dari discriminant validity juga dapat dilihat dari nilai AVE apabila nilai akar (square root) dari AVE setiap variabel lebih besar dari pada korelasi antara dua variabel yang ada dalam model maka variabel tersebut telah memiliki discriminant validity.

#### c. Reliability

*reliability* untuk mengukur seberapa besar variabel indikator meningkat pada saat variabel laten meningkat. Jika nilai Nilai yang lebih besar menunjukkan tingkat keandalan yang lebih baik. Tingkat reliabilitas sebuah kuesioner dapat dilihat dari nilai

*composite reliability* (CR). Untuk mengukur *internal consistency* menggunakan Cronhbach's Alpha (CA), maka harus menghitung koefisien CA dan CR. Nilai CA dan CR dapat dikatakan reliabel jika nilainya lebih 0,6.

### **3.5.3 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)**

Disebut juga sebagai pengukuran inner model. Pada prinsipnya pengukuran model struktural ini berguna untuk menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Uji ini memperhatikan nilai R-square dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk menghitung pengujian ini yang didapat dari uji goodness-fit model. Variabel terikat ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi R-Square ( $R^2$ ) antara satu dan nol; jika nilai R-Square ( $R^2$ ) mendekati 1 menunjukkan persentase pengaruh yang besar (Imam Ghozali, 2018) kemudian, lakukan proses bootstrap untuk menganalisis pengaruh antar variabel; jika t statistik lebih besar dari (tingkat signifikan 5%) atau lebih besar dari tingkat signifikan untuk setiap hubungannya, maka hubungan tersebut signifikan.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Kuesioner dibagikan menggunakan *google form* yang dapat diakses melalui <https://s.id/SkripsiHanif> , yang ditujukan kepada mahasiswa aktif perguruan tinggi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Kuesioner ini diunggah pada 3 maret 2023 dan berakhir pada 6 maret 2023. Total jawaban kuesioner yang diperoleh adalah 264 data. Seluruh jawaban dari responden terisi dengan benar sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur, program studi, asal universitas, angkatan, dan seberapa sering menggunakan QRIS atau BI FAST dalam kurun 1 bulan terakhir.

#### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Data gender responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	157	59,5
Laki-Laki	107	40,5
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100</b>

*Sumber: Hasil data penelitian yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.2, dinyatakan bahwa sebanyak 157 responden adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebanyak 59,5% dan sebanyak 107 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 40,5%. Dari total keseluruhan sebanyak 264 responden dengan persentase sebesar 100%, dapat disimpulkan bahwa data dari penelitian ini lebih didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Data umur responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
18	8	3,1
19	30	11,4
20	62	23,5
21	88	33,4
22	72	27,3
23	4	1,5
<b>Total</b>	264	100

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.3 dari total keseluruhan responden, yaitu sebanyak 264 responden dengan persentase sebesar 100%, umur 21 tahun berada di urutan paling pertama dengan jumlah responden sebanyak 88 orang dengan persentase sebesar 33,4%. Lalu umur 22 tahun dengan jumlah 72 orang dengan persentase 27,3%, umur 20 tahun dengan 62 orang dengan persentase 23,5%, umur 19 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase 11,4%, umur 18 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 3,1%, dan umur 23 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 1,5%.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Data Asal program studi responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Program Studi

<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah</b>
Akuntansi	57
Manajemen	45
Hukum	35
Administrasi bisnis	13
Teknik Sipil	13
Teknik Industri	11
Peternakan	10
Ilmu Ekonomi	5
Hub.Internasional	5
Kesehatan Masyarakat	5
Kedokteran	4
Sistem Informasi	4
Pendidikan Matematika	4
Ilmu Komunikasi	3
PGSD	3
Pendidikan Sosiologi	3
Psikologi	3
Teknik Lingkungan	3
Agribisnis	2
Informatika	2
Kewirausahaan	2
Teknik Perminyakan	2
Teknologi Industri Pertanian	2
Agroteknologi	1
Bisnis Digital	1
DKV	1
Sosiologi	1
Farmasi	1
Gizi	1
Geografi	1
Kehutanan	1
Komunikasi Pertanian	1
Manajemen Informasi Kesehatan	1
Pariwisata	1
PSDK	1
PBSI	1

Pendidikan Ipa	1
Pendididkan Kimia	1
Public Relations	1
Keperawatan	1
Sastra	1
Statistika	1
Teknik	1
Teknik Alat berat	1
Teknik Geodesi	1
Teknik Elektro	1
Teknik Pertambangan	1
Teknik Mesin	1
Teknik Nuklir	1
Teknologi Hasil Perikanan	1
Teknologi Informasi	1
<b>Total</b>	<b>264</b>

*Sumber: Hasil data penelitian yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.4 dari total keseluruhan responden, program studi responden sangat variatif. Urutan program studi terbanyak berasal dari program studi Akuntansi yaitu 57 responden, Manajemen 45 responden, Hukum 35 responden, Administrasi Bisnis 13, Teknik Sipil 13, Teknik Indutri 11, Peternakan 10 responden, Ilmu Ekonomi 5 responden, Hubungan Internasional 5 responden, Kesehatan Masyarakat 5 responden, Kedokteran 4 responden, Sistem Informasi 4 responden, Pendidikan Informasi 4 responden, Ilmu komunikasi 3 responden, PGSD 3 responden, Pendidikan Sosiologi 3 responden, Psikologi 3 responden, Teknik Lingkungan 3 responden, Agribisnis 2 responden, Informatika 2 responden, Kewirausahaan 2 reponden, Teknik Perminyakan 2 responden, Tekonologi Industri Pertanian 2 responden, dan masing-masing 1 responden untuk program studi

( Agroteknologi, Bisnis Digital, DKV, Sosiologi, Farmasi, Gizi, Geografi, Kehutanan, Komunikasi Pertanian, Manajemen Informasi Kesehatan, Pariwisata, PSDK, PBSI, Pendidikan IPA, Pendidikan Kimia, Public Relations, Keperrawatan, Sastra, Statistika, Teknik, Teknik Alat Berat, Teknik Geodesi, Teknik Elektro, Teknik Pertambangan, Teknik Mesin, Teknik Nuklir, Teknologi Hasil Perikanan, dan Teknologi Informasi).

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Data asal perguruan tinggi responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Universitas	Jumlah	Persentase (%)
Universitas Islam Indonesia	81	30,7
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	47	17,8
Universitas Gadjah Mada	34	12,9
UPN Veteran Yogyakarta	31	11,7
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	30	11,4
Universitas Negeri Yogyakarta	13	4,9
Lainnya	28	10,6
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.5 dari total keseluruhan responden, yaitu sebanyak 264 responden dengan persentase sebesar 100% merupakan mahasiswa aktif yang berasal dari perguruan tinggi di D.I. Yogyakarta. Urutan responden dengan jumlah terbanyak dimulai dari Universitas Islam Indonesia, yaitu sebanyak 81 responden dengan persentase sebesar 30,7%, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebanyak 47 responden dengan persentase sebesar 17,8% , Universitas Gadjah Mada sebanyak 34 responden dengan persentase 12,9%, UPN Veteran Yogyakarta sebanyak 31 responden dengan persentase 11,7%, Universitas Atma Jaya sebanyak 30 responden dengan persentase 11,4%, Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 13 responden dengan persentase 4,9%, dan perguruan tinggi lainnya yang berada di D.I.Y sebanyak 28 responden dengan persentase 10,6%.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Data angkatan responden berdasarkan kuesioner yang telah disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah
2018	2
2019	113
2020	97
2021	28

2022	24
<b>Total</b>	264

*Sumber: Hasil data penelitian yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.6, dinyatakan bahwa sebanyak 2 responden berasal dari angkatan 2018, 113 responden berasal dari angkatan 2019, 97 responden berasal dari angkatan 2020, 28 responden berasal dari angkatan 2021, dan 24 responden berasal dari angkatan 2022.

#### 4.2.4 Seberapa sering menggunakan QRIS atau BI FAST pada kurun waktu 1 bulan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden Berdasarkan seberapa sering menggunakan QRIS atau BI FAST pada kurun waktu 1 bulan.

Tabel 4. 6 Intensi Pengguna QRIS atau BI FAST Pada Kurun Waktu 1 Bulan

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1 – 3 Kali	38	14,4
4 – 6 Kali	68	25,8
7 – 10 Kali	50	18,9
>10 Kali	108	40,9
<b>Total</b>	264	100

*Sumber: Hasil penelitian data yang diperoleh, 2023*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada tabel 4.6, dinyatakan bahwa sebanyak 38 responden dalam kurun 1 bulan terakhir menggunakan 1 – 3 kali QRIS atau BI FAST dengan persentase 14,4%, sebanyak 68 responden dalam kurun 1 bulan terakhir menggunakan 4 – 6 kali QRIS atau BI FAST dengan persentase 25,8%, sebanyak 50 responden dalam kurun 1 bulan terakhir menggunakan 7 – 10 kali QRIS atau BI FAST dengan persentase 18,9%, sebanyak 108 responden dalam kurun 1 bulan terakhir menggunakan >10 kali QRIS atau BI FAST dengan persentase 40,9%.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian**

Penggunaan statistika univariat seperti *median*, *modus*, *mean*, standard deviation, nilai varian dan lain-lain merupakan penganalisisan data menggunakan analisis deskriptif yang dipakai peneliti. Untuk melakukan pengukuran demi mendeskripsikan hasil data yang telah diperoleh maka peneliti menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, pengalaman, dan minat menggunakan. Penentuan besarnya interval di dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) samapai 4 (sangat setuju). Maka dari itu, itu interval dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (4-1)/4 = 0,75$$

Sehingga diperoleh batasan sebagai berikut:

1,00 – 1,75 = Sangat Tidak Setuju

1,76 – 2,51 = Tidak Setuju

2,52 – 3,27 = Setuju

3,28 – 4,03 = Sangat Setuju

Hasil dari analisis deskriptif variabel penelitian dapat diajukan pada Tabel 4.8

Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std.Devition
Ekspektasi Kinerja	264	4	16	3,63	1,674
Ekspektasi Usaha	264	6	12	3,68	1,236
Pengaruh Sosial	264	3	12	3,22	1,841
Kondisi Fasilitas	264	8	16	3,54	1,571
Motivasi Hedonis	264	5	12	3,53	1,491
Nilai Harga	264	5	12	3,39	1,507
Kebiasaan	264	4	16	3,29	2,568
Minat Menggunakan	264	5	12	3,49	1,607
Pengalaman	264	1	4	2,86	1,108

Sumber: Data yang diolah, 2023

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



1. Sebesar 3,63 rata-rata yang didapat untuk variabel ekspektasi kinerja menggunakan analisis deskriptif dan standar deviasi mendapatkan nilai 1,23. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju terhadap variabel ekspektasi kinerja. Nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data variabel ekspektasi kinerja sebesar 1,674 dari 264 responden
2. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel ekspektasi usaha memiliki nilai rata-rata sebesar 3,68 dan standar deviasi 1,236. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian besar responden memilih sangat setuju untuk variabel ekspektasi usaha, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel ekspektasi usaha yang telah tersebar hanya sebesar 1,235 dari 264.
3. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel pengaruh sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 3,22 dan standar deviasi 1,841. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih setuju untuk variabel pengaruh sosial, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel pengaruh sosial yang telah tersebar hanya sebesar 1,841.
4. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kondisi fasilitas memiliki rata-rata sebesar 3,54 dan standar deviasi 1,571. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih sangat setuju untuk

variabel kondisi fasilitas, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel kondisi fasilitas yang telah tersebar hanya sebesar 1,571.

5. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel motivasi hedonis memiliki rata-rata sebesar 3,53 dan standar deviasi 1,491. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih sangat setuju untuk variabel motivasi hedonis, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel motivasi hedonis yang telah tersebar hanya sebesar 1,491.
6. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kondisi nilai harga memiliki rata-rata sebesar 3,39 dan standar deviasi 1,507. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih sangat setuju untuk variabel nilai harga, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel nilai harga yang telah tersebar hanya sebesar 1,507.
7. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kebiasaan memiliki rata-rata sebesar 3,29 dan standar deviasi 2,568. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih sangat setuju untuk variabel kebiasaan, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel kebiasaan yang telah tersebar hanya sebesar 2,568.
8. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel minat menggunakan memiliki rata-rata sebesar 3,49 dan standar deviasi 1,607. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih sangat setuju untuk variabel minat menggunakan, namun untuk standar deviasi terlihat

bahwasannya ukuran data variabel minat menggunakan yang telah tersebar hanya sebesar 1,607.

9. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel pengalaman memiliki rata-rata sebesar 2,86 dan standar deviasi 1,108. Dilihat dari nilai rata-ratanya menyebutkan bahwasannya sebagian responden memilih sangat setuju untuk variabel pengalaman, namun untuk standar deviasi terlihat bahwasannya ukuran data variabel pengalaman yang telah tersebar hanya sebesar 1,108.

#### **4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)**

*SmartPLS 3* merupakan pengujian yang dilakukan penulis dalam penelitian ini. *Outer model* (uji model pengukuran) dan *inner model* (uji model struktural) merupakan tahapan yang dilakukan untuk menganalisis data penelitian.

##### **4.3.1.1 Uji Validitas**

Pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan digunakan untuk menguji validitas pada penelitian ini.

##### **4.3.1.1.1 *Convergent Validity***

Convergent Validity diukur dengan menggunakan Average Variance Extracted (AVE). AVE mengukur seberapa besar item-item yang dipakai untuk mengukur suatu variabel converge (bersatu atau berkorelasi) dibandingkan dengan item-item untuk mengukur variabel lain dalam suatu model.

Tabel 4.8 *Initial Item Loading dan AVE*

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b><i>Outer Loadings</i></b>	<b><i>AVE</i></b>
<i>Perfomance Expectancy</i>	PE1	0,763	0,588
	PE2	0,768	
	PE3	0,796	
	PE4	0,719	
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,841	0,626
	EE2	0,800	
	EE3	0,729	
<i>Social Influence</i>	SI1	0,823	0,742
	SI2	0,891	
	SI3	0,870	
<i>Facilitating Condition</i>	FC2	0,830	0,590
	FC4	0,727	
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,863	0,730
	HM2	0,888	
	HM3	0,811	
<i>Price Value</i>	PV1	0,803	0,635
	PV2	0,834	

	PV3	0,752	
<i>Habit</i>	H1	0,701	0,708
	H2	0,791	
	H3	0,928	
	H4	0,923	
<i>Experience</i>	E	1,000	1,000
<i>Behaviorial Intention</i>	BI1	0,857	0,738
	BI2	0,847	
	BI3	0,873	

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS, 2023

Melihat dari tabel 4.8 lebih dari 0,70 nilai outer loading seluruh indikator konstruk dan 0,50 nilai AVE. Maka kesimpulan yang didapat yaitu pada penelitian ini dinyatakan valid atau memenuhi syarat dari uji validitas konvergen (*convergen validity*).

#### 4.3.1.1.2 Uji Discriminant Validity

Untuk melihat nilai cross loading pada setiap konstruk dengan melihat hubungan konstruk satu dengan konstruksi lainnya maka dilakukan uji validitas diskriminan. Pengujian ini dikatakan cukup jika nilai *cross loading* setiap konstruk lebih besar daripada hubungan antara 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 Nilai *Cross Loading*

	BI	E	EE	FC	H	HM	M_FC	M_HM	M_PV	PE	PV	SI
<b>BI1</b>	0,857	0,243	0,349	0,452	0,580	0,533	-0,071	-0,298	-0,120	0,457	0,497	0,462
<b>BI2</b>	0,847	0,254	0,384	0,342	0,587	0,547	-0,010	-0,243	-0,115	0,409	0,447	0,435
<b>BI3</b>	0,873	0,220	0,320	0,434	0,591	0,504	-0,140	-0,226	-0,103	0,404	0,468	0,301
<b>E</b>	0,278	1,000	0,178	0,148	0,302	0,296	-0,064	-0,108	-0,117	0,368	0,189	0,229
<b>EE1</b>	0,344	0,077	0,841	0,339	0,218	0,337	-0,172	-0,073	-0,150	0,428	0,317	0,215
<b>EE2</b>	0,302	0,113	0,800	0,312	0,200	0,335	-0,072	-0,033	-0,074	0,436	0,334	0,185
<b>EE3</b>	0,321	0,235	0,729	0,425	0,258	0,365	-0,270	-0,226	-0,266	0,438	0,304	0,212
<b>FC*E</b>	-0,086	-0,064	-0,219	-0,279	-0,074	-0,165	1,000	0,547	0,492	-0,244	-0,083	-0,080
<b>FC2</b>	0,430	0,148	0,393	0,871	0,297	0,430	-0,222	-0,113	-0,060	0,339	0,380	0,293
<b>FC4</b>	0,371	0,098	0,372	0,813	0,203	0,413	-0,251	-0,182	-0,086	0,413	0,341	0,271
<b>H1</b>	0,568	0,337	0,325	0,417	0,701	0,534	-0,146	-0,255	-0,227	0,453	0,409	0,418
<b>H2</b>	0,530	0,236	0,100	0,140	0,791	0,411	-0,040	-0,223	0,130	0,358	0,408	0,546
<b>H3</b>	0,602	0,214	0,254	0,218	0,928	0,485	-0,025	-0,298	-0,205	0,426	0,446	0,571
<b>H4</b>	0,582	0,227	0,268	0,230	0,923	0,487	-0,037	-0,299	-0,200	0,427	0,437	0,566
<b>HM*E</b>	-0,298	-0,108	-0,141	-0,172	-0,322	-0,343	0,547	1,000	0,633	-0,383	-0,281	-0,257
<b>HM1</b>	0,543	0,268	0,327	0,421	0,500	0,863	-0,118	-0,333	-0,267	0,519	0,461	0,474

<b>HM2</b>	0,550	0,288	0,396	0,475	0,540	0,888	-,160	-0,313	-0,233	0,571	0,531	0,420
<b>HM3</b>	0,479	0,196	0,404	0,381	0,420	0,811	-0,146	-0,227	-0,207	0,502	0,513	0,336
<b>PE1</b>	0,339	0,282	0,497	0,355	0,357	0,440	-0,248	-0,261	-0,268	0,763	0,328	0,222
<b>PE2</b>	0,373	0,335	0,406	0,387	0,368	0,484	-0,173	-0,303	-0,256	0,788	0,426	0,331
<b>PE3</b>	0,417	0,256	0,447	0,343	0,408	0,553	-0,218	-0,361	-0,280	0,796	0,435	0,301
<b>PE4</b>	0,376	0,259	0,338	0,272	0,388	0,419	-0,114	-0,239	-0,121	0,719	0,374	0,480
<b>PV*E</b>	-0,131	-0,117	-0,209	-0,085	-0,229	-0,277	0,492	0,633	1,000	-0,302	-0,123	-0,132
<b>PV1</b>	0,465	0,092	0,316	0,341	0,380	0,457	-0,051	-0,198	-0,065	0,378	0,803	0,300
<b>PV2</b>	0,442	0,214	0,343	0,385	0,416	0,525	-0,076	-0,208	-0,086	0,452	0,834	0,405
<b>PV3</b>	0,402	0,144	0,301	0,296	0,420	0,412	-0,073	-0,272	-0,148	0,394	0,752	0,367
<b>SI1</b>	0,410	0,150	0,231	0,253	0,497	0,402	-0,083	-0,205	-0,133	0,352	0,378	0,823
<b>SI2</b>	0,482	0,211	0,201	0,309	0,537	0,455	-0,070	-0,256	-0,100	0,375	0,420	0,891
<b>SI3</b>	0,481	0,225	0,239	0,301	0,584	0,392	-0,057	-0,201	-0,111	0,401	0,360	0,870

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan smartPLS

Melihat dari Tabel 4.9 menyatakan bahwasannya nilai korelasi indikator dengan konstruk lebih besar daripada konstruk lainnya, lalu nilai *cross loading* telah memenuhi syarat yaitu di atas 0,60. Maka validitas diskriminan dikatakan baik.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Nilai konstruk pada *composite reliability* dan *cronbach's Alpha* di atas 0,60 menurut (Ghozali, 2014) merupakan cara untuk melihat pengujian reliabilitas yang

dilakukan, karena jika nilainya di atas 0,60 maka konstruk dikatakan reliable. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4.10

Tabel 4. 10 Nilai *Composite Reliability*

	<b><i>Composite Reliability</i></b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>
<i>Behaviorial Intention</i>	0,894	<b>0,823</b>
<i>Experience</i>	1,000	<b>1,000</b>
<i>Effort Expectancy</i>	0,833	<b>0,788</b>
<i>Facilitating Condition</i>	0,830	<b>0,656</b>
<i>Habit</i>	0,905	<b>0,856</b>
<i>Hedonic Motivation</i>	0,890	<b>0,815</b>
<i>Perfomance Expectancy</i>	0,8851	<b>0,767</b>
<i>Price Value</i>	0,839	<b>0,712</b>
<i>Social Influence</i>	0,896	<b>0,835</b>

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan smartPLS

Melihat dari tabel 4.10 terlihat bahwa hasil uji pada *composite reliability* dan *cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah penelitian ini seluruh indikatornya dinyatakan reliabel.



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

Penelitian ini melakukan pengujian dengan menggunakan *SmartPLS* 3. Untuk melihat nilai pada *R-square* yang merupakan uji *goodnes-fit model* (GoF) yang dilakukan pada uji model struktural (inner model), dan melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan menggunakan hasil dari *path coefficients* (Ghozali, 2014).

##### 4.4.1 Uji Goodness-Fit Model

Tabel 4.11 Nilai R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
<i>Behaviorial Intention</i>	0,609	0,592

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *smartPLS*

Tabel 4.11 diatas menjelaskan bahwa, nilai R-Square pada minat pengguna sebesar 0,592 yang berarti, konstruk minat pengguna yang dijelaskan oleh konstruk ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, nilai harga, kebiasaan, pengaruh sosial, dan pengalaman dengan persentase 60,9% dan sisanya sebesar 39,1% dijelaskan oleh konstruk lain di luar penelitian ini.

##### 4.4.2 Uji Hipotesis

Melihat signifikansi yang memengaruhi antar konstruk dengan *path coefficient* dilakukanlah uji hipotesis. Pada Tabel 4.12 diuraikan hasil pengujiannya:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis dan *Path Coefficient*

Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
E -> BI	0,048	0,053	0,041	1,171	<b>0,242</b>	Tidak didukung
EE -> BI	0,130	0,129	0,062	2,097	<b>0,036</b>	Didukung
FC -> BI	0,176	0,177	0,073	2,404	<b>0,017</b>	Didukung
H -> BI	0,413	0,414	0,078	5,283	<b>0,000</b>	Didukung
HM -> BI	0,170	0,164	0,076	2,253	<b>0,025</b>	Didukung
PE-> BI	-0,059	-0,052	0,055	1,067	<b>0,286</b>	Tidak didukung
PV -> BI	0,085	0,095	0,070	1,206	<b>0,228</b>	Tidak didukung
SI -> BI	0,058	0,053	0,072	0,812	<b>0,417</b>	Tidak didukung
E*FC -> BI	0,070	0,072	0,058	1,224	<b>0,221</b>	Tidak didukung
E*HM -> BI	-0,147	-0,135	0,063	2,334	<b>0,020</b>	Tidak didukung
E*PV -> BI	0,112	0,096	0,058	1,913	<b>0,056</b>	Tidak didukung

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS, 2023

Dari tabel 4.12 maka dapat dibaca hasil penelitiannta sebagai berikut. Signifikansi hasil dilihat dari nilai P value < 5% (0,05) (Ghozali, 2014). Untuk mengetahui antar konstruk mempunyai hubungan langsung maka dapat melihat penjelasan dibawah ini:

1. QRIS dan BI FAST dalam peminat penggunaanya untuk hubungan pengaruh *perfomance expectancy* memperoleh nilai *original sampel* -0,059 dan P values

0,286 > 0,05 nilai ini menjelaskan bahwa hasil **tidak didukung**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ***Perfomance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

2. Lalu pada nilai *original sample* mendapatkan hasil sebesar 0,130 dan P values 0,036 < 0,05 nilai ini menjelaskan bahwa hasil **didukung**. Maka kesimpulan yang dapat diambil ialah ***Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**
3. Sebesar 0,176 nilai *original sample* dan P values 0,017 < 0,05 yang didapat untuk *facilitating condition* dan hubungannya terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST nilai ini mengartikan bahwa hasil **didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya ***Facilitating Conditon* berpengaruh positif terhadap minat untuk mneggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**
4. Pengaruh hubungan *Habit* terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,413 dan P values 0 < 0,05 nilai ini mengartikan, bahwa hasil **didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, ***Habit* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

5. Pengaruh hubungan *hedonic motivation* terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* 0,170 dan P values  $0,025 < 0,05$  nilai ini mengartikan bahwa hasil **didukung**. Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah ***hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**
6. Pengaruh hubungan *price value* terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,085 dan P values  $0,228 > 0,05$  nilai ini mengartikan, bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, **tidak adanya pengaruh antara *price value* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**
7. Pengaruh hubungan *social influence* terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,058 dan P values  $0,417 > 0,05$  nilai ini mengartikan, bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, ***social influence* tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**
8. Pengaruh *experience* sebagai moderasi terhadap *facilitating condition* yang mempengaruhi minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,70 dan P values  $0,221 > 0,05$  nilai ini

mengartikan bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, **variabel moderasi yang menyatakan bahwa *experience* memperkuat hubungan *facilitating condition* terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking ditolak atau tidak didukung oleh Original sample dan P Values.**

9. Pengaruh *experience* sebagai moderasi terhadap *hedonic motivation* yang mempengaruhi minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* sejumlah -0,147 dan P values  $0,020 < 0,05$  nilai ini mengartikan, bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, **variabel moderasi yang menyatakan bahwa *experience* memperkuat hubungan *hedonic motivation* terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking ditolak atau tidak didukung oleh Original sample dan P Values.**
10. Pengaruh *experience* sebagai moderasi terhadap *price value* yang mempengaruhi minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST memperoleh nilai *original sample* sejumlah 0,112 dan P values  $0,056 > 0,05$  nilai ini mengartikan bahwa hasil **tidak didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, **variabel moderasi yang menyatakan bahwa *experience* memperkuat hubungan *price value* terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking ditolak atau tidak didukung oleh Original sample dan P Values.**

### **4.4.3 Pembahasan Hipotesis**

#### **4.4.3.1 Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Minat untuk Menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Hasil pengolahan yang telah dilakukan maka hasil yang didapat, mengatakan bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu, 2022) (Anandia & Aisyah, 2023). Dapat diasumsikan pada penelitian ini mahasiswa sebagai mayoritas generasi z dalam menggunakan kembali QRIS atau BI FAST sudah terbiasa dengan segala hal yang praktis dan cepat, sehingga responden menganggap sama saja seperti menggunakan e wallet, karena hal ini tidak terlalu memberikan manfaat dalam meningkatkan produktivitas maupun efisiensi kinerja bagi responden, maka dari itu hal ini bukan menjadi sesuatu hal yang baru bagi responden. Dengan kata lain *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST agar dapat meningkatkan manfaat maupun keuntungan yang diterima oleh para pengguna, sehingga kebutuhan pengguna dapat terpenuhi seperti kemudahan,kecepatan dalam bertransaksi,produktivitas dan efisiensi kinerja yang dirasakan untuk menggunakan sistem ini, karena pada era saat ini membutuhkan

teknologi yang serba cepat, sehingga diharapkan dapat mendorong penggunaan kembali QRIS atau BI FAST pada mobile banking.

#### **4.4.3.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Minat untuk Menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Melihat dari data yang diolah memberikan hasil bahwasannya *effort expectancy* mendapatkan nilai positif dan mempengaruhi minat penggunaan kembali. Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Anandia & Aisyah, 2023) yang menyebutkan bahwasannya minat pengguna berpengaruh pada *effort expectancy*. QRIS atau BI FAST dapat memudahkan pengguna dalam menggunakan sistem tersebut karena lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya, seperti pengguna tidak perlu datang ke bank maupun ke ATM untuk menggunakan sistem ini. Dengan BI FAST pengguna dimudahkan dengan fitur *proxy address* sebagai pengganti nomor rekening, selain itu QRIS memberikan kemudahan berupa fitur proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan aman.. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST agar dapat mempertahankan sistem tersebut karena terbukti bahwasannya dengan QRIS atau BI FAST dapat mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi dengan lebih efektif dan efisien, sehingga dapat mendorong pengguna untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

#### **4.4.3.3 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Minat untuk Menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Data yang didapat setelah diolah mengungkapkan bahwasannya, saat minat menggunakan QRIS atau BI FAST berpengaruh positif terhadap *facilitating condition*. Hasil tersebut sama halnya dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Putri et al., 2023)(Cahyani & Dewi, 2022) yang menyatakan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap minat pengguna. Dengan kata lain, faktor sumber daya yang dibutuhkan untuk menggunakan QRIS atau BI FAST seperti internet dan *smartphone* menjadi suatu hal yang penting, karena dengan hanya menggunakan internet dan *smartphone* saja pengguna dapat mengakses sistem QRIS atau BI FAST. Selain itu kini banyak UMKM yang memberikan fasilitas QR Code untuk proses pembayarannya sehingga pengguna dapat terpenuhi kebutuhan fasilitasnya untuk menggunakan sistem tersebut. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa responden dalam penelitian ini telah terpenuhi fasilitasnya seperti *smartphone* yang telah terhubung pada layanan internet, dan banyaknya *merchant* yang menyediakan proses pembayaran melalui QRIS sehingga meningkatkan minat untuk menggunakan QRIS atau BI FAST. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST agar dapat mempertahankan sistem ini karena hanya dengan *smartphone* yang telah terhubung pada jaringan internet pengguna dapat mengakses QRIS atau BI FAST dengan mudah dengan fasilitas tersebut.



#### **4.4.3.5 Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap Minat Menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Dilihat dari pengolahan data yang didapat, *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Rachmawati, 2021)(Shafly, 2020) mengungkapkan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem. Hal ini dapat terjadi karena responden menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking* telah merasakan manfaat dan juga kemudahan dalam bertransaksi dari layanan yang diberikan, seperti biaya layanan yang lebih murah dan layanan *proxy addres* sehingga memunculkan kesenangan dan juga kepuasan yang mendorong pengguna untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST diharapkan untuk terus mempertahankan sistem ini karena dapat memberikan manfaat yang memunculkan kesenangan sehingga pengguna akan terus menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

#### **4.4.3.6 Pengaruh *Price Value* terhadap Minat untuk Menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Dilihat dari pengolahan data yang didapat, mengungkapkan bahwa *price value* tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu, 2022) yang mengungkapkan bahwa *price value* tidak memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking. Hal ini disebabkan pengguna menganggap bahwa harga layanan yang dikenakan sistem QRIS atau BI FAST masih terlalu tinggi walaupun telah mengalami penurunan harga dari Rp 6.500 menjadi Rp 2.500, selain itu pengguna akan membandingkan harga layanan sistem QRIS atau BI FAST dengan layanan lain yang serupa dan menawarkan harga yang lebih rendah bahkan gratis, seperti *e wallet*. Dengan kata lain, biaya yang dikenakan untuk menggunakan QRIS atau BI FAST, tidak mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST agar dapat memberikan harga yang lebih rendah atau bahkan gratis karena mengingat ada beberapa sistem lain yang serupa sudah memberikannya, sehingga hal ini mendorong minat pengguna untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

#### **4.4.3.7 Pengaruh *Habit* terhadap Minat untuk Menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Data yang didapat setelah diolah menyebutkan bahwasannya, *habit* atau kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST. Hasil tersebut sama halnya dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Santoso & Rachmawati, 2021) (Cahyani & Dewi, 2022) memberikan hasil bahwa *habit* berpengaruh positif terhadap teknologi. Dengan kata lain, ketika seseorang sudah

terbiasa dalam menggunakan sistem QRIS atau BI FAST, maka akan memunculkan kebiasaan untuk menggunakan kembali sistem tersebut. Ketika para responden sudah mulai terbiasa dengan menggunakan sistem tersebut, tentunya akan meningkatkan minat responden untuk kembali menggunakannya. Hal ini disebabkan, karena adanya kebiasaan yang telah berulang-ulang dilakukan. Maka dari itu kebiasaan menjadi faktor penting untuk dapat meningkatkan minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST agar dapat mempertahankan serta memberikan kesan dan pengalaman yang baik bagi para pengguna, sehingga dapat mendorong pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.

#### **4.4.3.8 Pengalaman memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*.**

Data yang didapat setelah diolah menyebutkan bahwasannya, variabel moderasi pengalaman tidak berpengaruh atau tidak memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST. Hasil tersebut sama halnya dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu, 2022) memberikan hasil bahwa pengalaman tidak memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap teknologi. Dapat diasumsikan bahwa responden dalam penelitian ini, menganggap bahwa pengalaman yang dimiliki mengenai kondisi fasilitas bukan lagi menjadi hal yang penting bagi responden dalam menggunakan sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*. Hasil ini juga mengartikan

bahwa pengalaman tidak dapat menguatkan pengaruh fasilitas terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST.

#### **4.4.3.9 Pengalaman memperkuat pengaruh hedonic motivation terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Data yang didapat diolah menyebutkan bahwasannya, variabel moderasi pengalaman tidak berpengaruh atau tidak memperkuat *hedonic motivation* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST. Dapat diasumsikan bahwa responden dalam penelitian ini, menganggap bahwa pengalaman yang dimiliki mengenai *hedonic motivation* bukan lagi menjadi hal yang penting bagi responden dalam menggunakan sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*. Hasil ini juga mengartikan bahwa pengalaman tidak dapat mendorong minat mahasiswa untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST. Hal ini disebabkan karena berdasarkan pengalaman pengguna atau responden kurang merasakan manfaat QRIS atau BI Fast untuk bertransaksi sehingga tidak memunculkan kesenangan dan juga kepuasan yang mendorong pengguna untuk mau menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST dapat memberikan manfaat lebih untuk memunculkan kesenangan sehingga pengguna akan menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

#### **4.4.3.10 Pengalaman memperkuat pengaruh *price value* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.**

Data yang didapat setelah diolah menyebutkan bahwasannya, variabel moderasi pengalaman tidak berpengaruh atau tidak memperkuat pengaruh *price value* terhadap minat untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST. Dapat diasumsikan bahwa responden dalam penelitian ini, menganggap bahwa pengalaman yang dimiliki mengenai nilai harga bukan lagi menjadi hal yang penting bagi responden dalam menggunakan sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi *mobile banking*. Kepada penyedia layanan QRIS atau BI FAST agar dapat memberikan harga yang lebih rendah atau bahkan gratis karena mengingat ada beberapa sistem yang sudah memberikannya, sehingga dapat memberikan kesan yang baik bagi para pengguna yang pada akhirnya dapat mendorong minat pengguna untuk menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

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

1. Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
2. ekspektasi usaha (*effort expectancy*) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
3. Pengaruh sosial (*social influence*) tidak memiliki pengaruh yang terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
4. Kondisi fasilitas (*facilitating condition*) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
5. Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) memiliki memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

6. Nilai harga (*price value*) tidak memiliki pengaruh yang terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS BI FAST pada aplikasi mobile banking.
7. Kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
8. Pengalaman tidak memoderasi fasilitas kondisi (*facilitating condition*) terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
9. Pengalaman tidak memoderasi motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.
10. Pengalaman tidak memoderasi nilai harga (*price value*) terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

## 5.2 Implikasi Penelitian

1. Bagi Perusahaan yang menyediakan layanan QRIS atau BI FAST :

Hasil yang didapat dari penelitian ini mengungkapkan *effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, habit* berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada

aplikasi mobile banking. Maka dari itu penyedia sistem QRIS atau BI FAST agar memberikan kemudahan, manfaat serta keuntungan yang memberikann kesenangan bagi pengguna, dan kesan maupun pengalaman yang baik agar pengguna terbiasa dan ingin menggunakan kembali sistem QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa pada penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan yang sekiranya mempengaruhi hasil daripada penelitian. Berikut keterbatasan yang dimiliki yaitu:

1. Data yang dikumpulkan mayoritas berasal dari mahasiswa Universitas Islam Indonesia sebesar 81 responden atau 30,7% sehingga ada kemungkinan jawaban yang diterima berdasarkan pemahaman dari lingkup yang sama.

### **5.4 Saran**

1. Disarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti secara meluas dengan asal universitas yang lebih seimbang, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi mahasiswa Yogyakarta yang sebenarnya.



## DAFTAR PUSTAKA

Anandia, F. B., & Aisyah, E. N. (2023). *Analysis Of The Application Of The Utaut2 Model On The Use Of Mobile Banking In Sharia Banks Analisis Penerapan Model Utaut2 Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah*. 4(December 2022), 264–275.

Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model Utaut2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122.  
<https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>

Anugrah, K. (2022). *Implementasi model utaut2 beserta gamifikasi dan pengaruhnya terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan m-banking*.  
[http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail\\_koleksi/1/SKR/jurusan/00000000000000109638/akuntansi](http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/1/SKR/jurusan/00000000000000109638/akuntansi)

*APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. (2022). Apjii.or.Id.

[https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022\\_857](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857)

Arikunto. (2006). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>

Bayu, D. (2022). *Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/remaja-paling-banyak->

gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022

- 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>
- bi.go.id. (2020a). *BI FAST*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/infrastruktur/default.aspx>
- bi.go.id. (2020b). *QR Code Indonesian Standard (QRIS) Apa Itu QRIS?*. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=Apa yang dimaksud dengan QRIS,%2C cepat%2C dan terjaga keamanannya.>
- bi.go.id. (2021). *BI LUNCURKAN BANK INDONESIA FAST PAYMENT Siaran Pers*. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2333421.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2333421.aspx)
- Cahyani, N. P. D., & Dewi, L. G. K. (2022). Analisis Adopsi Uang Elektronik dengan Model UTAUT2. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 3496. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i01.p13>
- Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8 (2) (January 1998), 5.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial*

*Least Squares (PLS).*

Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2018). (2018). on Multivariate Data Analysis Joseph F . Hair Jr . William C . Black Eight Edition. In *International Journal of Multivariate Data Analysis* (Vol. 1, Issue 2).

Handayani. (2020). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>

Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565–580.  
<https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>

Imam Ghozali. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25*.

Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2020). Indonesian Student Perception in Digital Payment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 518–530.  
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i4.2713>

Putri, Y., Devi, N. luh, & Santhi, I. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan M- banking pada Penerapan Model UTAUT 2*. 7, 381–387.

Sadya, S. (2022). *Transaksi Digital, Konsumen Pilih E-Wallet atau Mobile Banking?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital->

konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking

Saibil, D. S. F. M., & Andi. (2022). *FACTORS AFFECTING THE INTENTION OF USING QRIS IN SHARIA MOBILE BANKING*. 19, 76–92.

Santoso, A. A., & Rachmawati, I. (2021). Analisis Minat Pengguna Layanan M-Banking Livin' by Mandiri di Indoneisa Menggunakan Model Modiffikasi UTAUT 2. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 4316–4322.

Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-wallet GOPAY, OVO, DAN DANA Dengan Model Utaut2 Pada Masyarakat Jawa Barat. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 1–24.

Shafly. (2020). *menggunakan UTAUT2*.

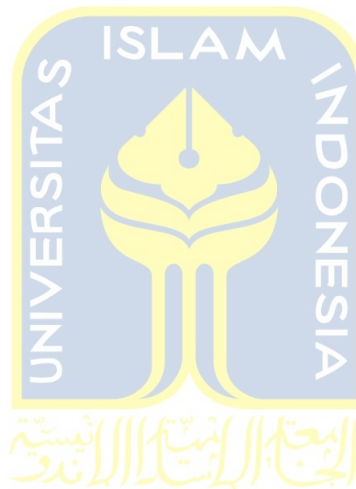
Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

Wibiadila, I. (2016). Pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. *Management Journal*, 2(2), 1–13.

Wicaksono, A. (2022). *Nilai Transaksi Digital Banking Tembus Rp5.184,1 T pada Oktober 2022*. CNN Indonesia.

[https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221117164404-78-875191/nilai-transaksi-digital-banking-tembus-rp51841-t-pada-oktober-2022#:~:text=\(CNN Indonesia%20Adhi Wicaksono\).&text=CNN Indonesia ---,Bank Indonesia \(BI\) mencatat nilai transaksi digital banking](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221117164404-78-875191/nilai-transaksi-digital-banking-tembus-rp51841-t-pada-oktober-2022#:~:text=(CNN%20Indonesia%20Adhi%20Wicaksono).&text=CNN%20Indonesia%20---,Bank%20Indonesia%20(BI)mencatat%20nilai%20transaksi%20digital%20banking)

Wirantama, Y. (2020). *The Study On Mobile Banking Application Use: One Perspective Of Utaut2*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/182451/>



## LAMPIRAN

Kepada Yth.

Sdr/I Responden

Di tempat

Dengan hormat, sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir saya sebagai mahasiswa program strata satu (S1) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, saya:

Nama : Hanif Adi Haidar Ali

NIM : 19312230

Fakultas/ Jurusan : Bisnis dan Ekonomika/ Akuntansi

memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan bersama surat ini untuk keperluan penyusunan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk menggunakan Kembali QRIS atau BI FAST Pada Mobile Banking”, Atas ketersediaan Sdr/i saya ucapkan terima kasih.

## Bagian 1

1. Nama (\*boleh inisial) :
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Universitas :
4. Seberapa sering menggunakan QRIS atau BI FAST pada kurun waktu 1 bulan
  - 1 – 3 Kali
  - 4 – 6 Kali
  - 7 – 10 Kali
  - > 10 Kali
5. Nomor Handphone untuk pemberian insentif (\*optional)
6. E-Wallet untuk pemberian insentif (\*optional)
  - Gopay
  - Shopee Pay
  - Dana

## Bagian 2

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

Keterangan nilai skala:

1 = (STS) Sangat Tidak Setuju

2 = (TS) Tidak Setuju

3 = (S) Setuju

4 = (SS) Sangat Setuju

### 1. Performance Expectancy (PE)

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking bermanfaat untuk kebutuhan sehari-hari saya.				
2. QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking meningkatkan efisiensi kinerja saya				

3. Menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking membantu menyelesaikan kebutuhan saya lebih cepat.				
4. Menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking meningkatkan produktivitas saya.				

## 2. Effort Expectancy

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking mudah dan dapat dimengerti.				
2. Mudah bagi saya untuk mempelajari cara menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
3. Saya merasa QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking mudah digunakan.				

## 3. Social Influence

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Orang-orang yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
2. Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya,berpkiri bahwa saya harus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
3. Orang yang pendapatnya saya hormati, lebih suka saya menggunakan QRIS atau BI				



FAST pada aplikasi mobile banking.				
------------------------------------	--	--	--	--

#### 4. Kondisi Fasilitas

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan handphone) yang diperlukan untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
2. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi QRIS atau BI FAST pada mobile banking.				
3. Terdapat orang lain yang akan membantu saya apabila saya kesulitan dalam menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
4. Aplikasi mobile banking kompatibel dengan mobile phone yang saya gunakan.				

#### 5. Motivasi Hedonis

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya merasa senang saat menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
2. Saya merasa menikmati saat menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
3. Saya merasa sangat tertarik untuk				

menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
---	--	--	--	--

#### 6. Price Value

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya merasa harga untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking masih terjangkau.				
2. Saya merasa harga layanan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking sudah yang terbaik dengan layanan yang dijanjikan.				
3. Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				

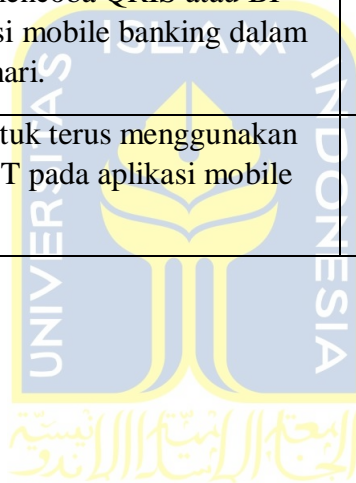
#### 7. Habit

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya sudah terbiasa menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
2. Saya merasa ketergantungan menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
3. Menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking sudah menjadi hal yang wajar bagi saya.				

4. Saya merasa harus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				
--	--	--	--	--

8. Minat menggunakan kembali QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1. Saya berkeinginan untuk terus menggunakan fasilitas QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking di masa mendatang.				
2. Saya akan selalu mencoba QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking dalam kehidupan sehari-hari.				
3. Saya berencana untuk terus menggunakan QRIS atau BI FAST pada aplikasi mobile banking.				



**Lampiran 2 Tabulasi Data**

<i>Perfomance Expectancy</i>				<i>Effort Expectancy</i>			<i>Soicoal Influence</i>		
PE 1	PE 2	PE 3	PE 4	EE 1	EE 2	EE 3	SI 1	SI 2	SI 3
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	2	4	4	3	3	2	2
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
3	4	4	3	4	4	4	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	2	4	4	3	2	1	1
4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
3	2	3	3	4	4	4	4	2	3
4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	4	4	1	2	3	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	4	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
4	4	4	4	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3

3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	1	1	1
4	4	4	4	4	3	4	2	4	4
4	3	4	4	3	4	4	2	2	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	1
4	3	4	3	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
4	4	4	3	3	3	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	2	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	3	2	2
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	2	4	4	4	1	1	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
1	1	1	1	1	2	3	2	2	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	2	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
3	2	4	3	4	4	4	1	1	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
3	3	4	3	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
3	3	4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	3	4	3	3	3	4

3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	
4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	
4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	
4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	
4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	
4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	
4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	
4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	
3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	
3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	
3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	
2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	
2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	

4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	2	2	3
4	4	4	3	2	2	3	1	3	3
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	2	4	4	4	4	3	2	3
4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	4	4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	3	3	3	4
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	3	2
4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
3	3	4	3	3	4	3	3	4	4



4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	3	3	3	2	3	2
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
4	3	3	2	4	4	2	1	1	2
4	3	4	3	4	3	4	3	3	2
4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	2	2	2
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	3	3	3	4	3	3	3
3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	4	3	4	3	4	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	2	2	2
2	3	2	3	2	2	2	3	3	3
4	3	4	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	4	3	4
2	2	2	3	3	3	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	4	3	4	3	3

4	3	3	3	2	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	4	4	4	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
4	3	4	2	4	3	4	4	2	3
4	4	4	2	4	4	4	2	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	4	4	3	3	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	3	2	4	3	3

3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4	3	3	3

<i>Facilitating Condition</i>				<i>Hedonic Motivation</i>			<i>Price Value</i>		
FC 1	FC 2	FC 3	FC 4	HM 1	HM 2	HM 3	PV 1	PV 2	PV 3
4	4	2	4	3	3	3	4	4	4
3	4	1	4	3	3	3	4	2	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	1	4	3	3	3	3	3	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	2	2	1	2	3	3	4	4	4
4	3	2	3	4	4	4	4	4	3
2	2	3	3	2	2	4	2	2	4
4	3	4	4	4	4	3	3	4	2
1	2	3	4	3	2	3	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	1	4	4	4	4	3	3	3
3	3	1	3	3	3	3	2	2	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	1	4	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3

4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	2	4	3	4	3	4	2	2	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
3	3	3	4	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	2	3	4	4	2
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	2	4	4	3	3	3	4	1
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	3	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	3	2	2	3	3	3
4	3	1	4	4	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	4	2	2	2	2	2

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	2	2	2	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	2	1	2	2	2	2	1
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
4	3	2	4	3	3	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
4	4	3	3	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4

4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	2	4	4	4	4	2	3	3
3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	4	3	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3
4	3	4	3	4	3	3	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	3	3	4	3	4	4	4	4	3
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	3	3	3	3	2	2

3	3	2	3	2	2	3	3	3	3
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
4	3	2	4	3	3	4	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3
4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3	3	3	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	3	3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	4
3	3	2	4	3	3	4	3	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	1	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
4	3	4	3	3	4	3	2	4	2
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4

3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
4	3	1	3	2	2	2	3	2	1
4	4	2	4	3	4	4	3	2	3
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3	3	2
3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	1	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	4	3	3
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	2	2	3	3	3	2
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	3	3	4



3	3	4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	1	4	4	4	4	4	4	2
3	3	3	4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	2	2	3	2	2	3
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
4	3	2	4	4	3	4	1	2	4
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	2	3	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4

3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

<i>Habit</i>				<i>Behaviorial Intetion</i>			<i>Experience</i>
H 1	H 2	H 3	H 4	BI 1	BI 2	BI 3	E
3	2	4	4	4	4	4	3
3	1	1	1	3	3	3	2
4	3	3	3	3	3	4	3
3	2	2	2	3	3	3	2
3	2	3	3	3	3	3	2
4	3	2	2	3	3	4	1
4	2	4	4	4	4	4	2
4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	3	3	2	2	1	2
4	3	4	4	4	3	3	2
2	2	2	2	3	3	2	1
4	1	3	4	3	1	3	4
3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3	3	1
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	1	1	1	3	2	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	3	3	2	4
3	2	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	2

4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	2	2	4	4	4	4
4	2	2	2	3	3	2	2
3	2	3	3	3	3	3	2
4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	1	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	2	2	2	1
4	4	2	2	4	4	4	4
3	2	2	2	2	3	3	4
3	1	1	1	3	2	3	1
4	2	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	1	2	2	3	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	3	3	3	4
3	2	3	3	3	3	3	4
2	2	3	3	3	3	2	1
4	3	4	4	4	3	4	1
4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	3	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	2
4	2	3	3	3	3	3	2
3	2	3	3	3	3	2	3
4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	1
2	2	2	2	3	3	3	1
4	2	2	2	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	4	3	4	2
4	4	4	4	4	4	4	2
4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	2
4	4	3	4	3	3	4	2
4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	1
4	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3	3	4
4	2	3	3	4	4	4	3
2	1	2	2	3	4	3	1
4	3	3	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	2
3	4	3	3	4	3	4	3
4	2	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	2
3	4	4	3	4	3	3	2
3	3	4	4	4	3	3	2
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	2

4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4
3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	3	3	4	3	4	4
3	2	2	2	2	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	3	3	4	3
4	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	1
3	4	3	3	3	3	4	1
4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	4	4	4	4	3	1
4	3	3	3	4	4	3	1
4	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	1
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3
4	3	3	3	4	3	4	1
4	4	3	3	4	3	4	1
3	3	4	4	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	4
4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	2	2	3	3	3	4
3	4	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	2
4	2	2	2	4	4	4	1
4	3	3	3	4	4	4	2
4	3	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	1

4	3	2	2	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	3	3	3	1
2	2	2	2	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	2
4	3	3	3	4	3	3	1
3	4	3	3	3	3	4	4
4	3	3	3	4	4	4	2
4	2	2	2	3	3	3	3
4	2	2	2	3	4	3	4
4	3	3	3	4	3	3	4
2	2	1	1	2	2	2	3
4	4	4	3	3	3	4	1
4	4	4	4	4	4	4	2
4	2	3	3	4	2	3	4
4	4	3	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	2
3	1	3	3	4	3	2	2
3	4	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	3	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3
4	3	2	2	3	3	2	4
4	2	3	3	3	3	3	1
4	3	2	2	3	4	3	4
4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	4	3	3
4	3	4	3	3	4	4	2
4	3	4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	4	4	4	2
4	4	2	2	4	3	3	4
4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	2
4	3	4	4	4	4	3	4
4	2	2	2	4	4	4	2

4	3	3	3	3	3	4	2
4	4	3	3	3	4	4	2
3	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	1
4	3	4	4	4	4	3	1
3	3	3	4	4	3	3	2
4	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3
2	1	1	1	2	3	3	1
4	2	3	3	3	3	4	2
4	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	3	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	3
4	1	2	2	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2
4	2	3	3	3	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	1
3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	4
4	2	3	3	4	4	4	2
4	4	3	3	4	4	4	3
3	4	3	3	3	3	3	2
3	3	4	4	3	3	3	2
4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	3	3	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4
3	1	2	2	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	1
3	3	4	4	4	3	4	2
3	2	2	2	2	3	3	1
4	3	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	4	3	4	2
4	4	3	3	3	4	4	4
3	3	2	2	2	3	3	1

3	1	2	2	3	3	3	4
4	3	3	3	4	3	4	2
3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	4	3
3	3	1	1	2	2	2	1
4	3	3	3	4	4	4	3
3	2	3	3	2	2	2	2
4	1	2	2	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	2
4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	2
4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2
4	3	4	4	4	4	4	2
3	2	1	1	2	2	3	2
4	4	4	4	4	3	4	3
4	2	2	2	2	3	1	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4
4	2	3	3	4	3	3	4
4	2	3	3	4	4	4	1
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	2
3	2	3	3	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	1
3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	1
3	4	3	3	3	4	4	4



4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4
4	3	3	3	4	3	4	3
4	3	3	3	4	4	3	2
3	4	3	3	4	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	2

### Identitas Responden

Nama (Boleh Inisial)	Jenis Kelamin	Umur	Angkatan	Program Studi	Universitas	JIKA KAMPUS ANDA TIDAK ADA DI DALAM PILIHAN, SILAHKAN CANTUMKAN DI SINI
revo utomo	Laki-Laki	22	2019	teknik lingkungan	Lainnya	institut teknologi yogyakarta
Alifia	Perempuan	21	2019	Sistem Informasi	Lainnya	Universitas Teknologi Yogyakarta
Hashfi saputro	Laki-Laki	22	2019	Manajemen	Universitas Gadjah Mada	
rumi	Perempuan	22	2019	pendidikan ipa	Universitas Negeri Yogyakarta	
Sekar damayanti	Perempuan	21	2019	Teknik industri	Universitas Ahmad Dahlan	

Tsania	Perempuan	22	19	Pendidikan Matematika	Universitas Negeri Yogyakarta	
Adela Silvie	Perempuan	22	2020	PBSI	Lainnya	Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
NW	Perempuan	22 tahun	2019	Manajemen	Universitas Islam Indonesia	
Zurara Ryanda	Laki-Laki	21	2019	Teknik Industri	Universitas Ahmad Dahlan	
Gita	Perempuan	22	2019	Sistem Informasi	Lainnya	Universitas Teknologi Yogyakarta
Anan	Laki-Laki	22	19	Sistem Informasi	Lainnya	Universitas Teknologi Yogyakarta
LFA	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Jum	Laki-Laki	23	19	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	prek
cita	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Hasnaa Anggia	Perempuan	22	19	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
M	Perempuan	22	2019	Pendidikan Matematika	Universitas Negeri Yogyakarta	
Nisa	Perempuan	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Em	Perempuan	21	2019	Geografi	Universitas Gadjah Mada	

Nia	Perempuan	20	2021	sastra	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
A	Perempuan	21	2019	Pendidikan Sosiologi	Universitas Negeri Yogyakarta	
Saphira	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
nud	Perempuan	22	2019	akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Ppn	Perempuan	20	2020	Pendidikan Sosiologi	Universitas Negeri Yogyakarta	
Fika	Perempuan	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
LESTARI	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Falakh	Laki-Laki	22	2019	Ilmu Ekonomi	Universitas Gadjah Mada	
Aceng	Laki-Laki	22	19	Ekonomi	Universitas Islam Indonesia	
Abil	Perempuan	22	2019	Manajemen	Universitas Islam Indonesia	-
Ajeng	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Wendy Wirayudha	Laki-Laki	21	20	Teknik Informatika	Lainnya	Universitas PGRI Yogyakarta
tono	Laki-Laki	20	19	hukum	Universitas Gadjah Mada	
Dhita	Perempuan	21	2019	Hubungan Internasional	Universitas Islam Indonesia	
Krishna	Laki-Laki	22	19	Ilmu Ekonomi	Universitas Islam Indonesia	
Hanung	Perempuan	21	2019	Pendidikan Kimia	Universitas Islam Indonesia	
Akbar	Laki-Laki	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	

Pranita Elsa	Perempuan	21	2019	Managem ent	Lainnya	UPN Veteran
Oyot	Laki- Laki	20	202	Ilmu Ekonomi	Universitas Islam indonesia	
ipul	Laki- Laki	21	19	Teknik Industri	Universitas Gadjah Mada	
reza	Laki- Laki	21	2019	akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Haffar	Laki- Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Alfa	Laki- Laki	22	18	Hubungan Internasion al	Universitas Islam indonesia	
Dian Purba	Laki- Laki	20	20	Agroteknol ogi	Lainnya	Intiper
S	Perem puan	22	2019	Psikologi	Universitas Gadjah Mada	
H	Perem puan	22	2019	Komunikas i Pertanian	Universitas Gadjah Mada	
Feren	Perem puan	21	2019	Akuntansi	Universitas Negeri Yogyakarta	
AR	Perem puan	20	2021	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Shalsa	Perem puan	22	2019	Manajemen	Universitas Gadjah Mada	
T	Perem puan	21	2019	Kedokteran	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
lala	Perem puan	22	2019	Pendidikan Sosiologi	Universitas Negeri Yogyakarta	
LP	Perem puan	21	2019	S1 Keperawata n	Lainnya	Universita s Aisyiyah Yogyakart a
Hamba	Laki- Laki	20	19	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	

Affan	Laki-Laki	21	2019	Pgsd	Universitas Negeri Yogyakarta	
Anas	Laki-Laki	22	2019	Teknik Industri	Universitas Islam indonesia	
AA	Perempuan	21	19	Teknik Industri	Universitas Islam indonesia	
edwin	Laki-Laki	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
DR	Perempuan	22	2019	Psikologi	Universitas Ahmad Dahlan	
rv	Laki-Laki	21	20	manajemen	Universitas Islam indonesia	
Jla	Perempuan	21	19	TEKNIK INDUSTRI	Universitas Islam indonesia	
Lian	Perempuan	22	2019	S1 Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
hanin	Perempuan	22	2019	akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Tegar	Laki-Laki	22	2019	Teknik Alat Berat	Universitas Gadjah Mada	
Agung	Laki-Laki	22	19	Statistika	Universitas Islam indonesia	-
zii	Perempuan	21	2019	teknik industri	Universitas Islam indonesia	
El	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
H	Perempuan	22	2019	Fakultas Sosiologi	Universitas Negeri Yogyakarta	
Yoppy	Laki-Laki	23	2020	S1 kewirausahaan	Universitas Amikom Yogyakarta	
lupi	Perempuan	20	2020	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	

Daniel	Laki-Laki	22	2019	Administrasi Bisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
nathasha	Perempuan	21	2019	akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Febri	Perempuan	20	2020	Kesehatan masyarakat	Lainnya	UPNVJ
Adam Mahendra	Laki-Laki	22	2019	Teknologi Industri Pertanian	Universitas Gadjah Mada	
Sopiii	Perempuan	21	19	Agribisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
N	Perempuan	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Nh	Perempuan	22	2019	Administrasi Bisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
Fadilla	Perempuan	21	2018	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
naila	Perempuan	20	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
RF	Laki-Laki	22	2019	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Renny Ramadhani	Perempuan	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
mk	Laki-Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Ali	Laki-Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
AS	Perempuan	21	2019	Managemnt	Universitas Gadjah Mada	

Irviandra	Perempuan	19	2021	Administrasi Bisnis	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
D	Laki-Laki	19	2021	akuntansi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Samuel	Laki-Laki	22	2020	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Frans	Laki-Laki	20	2020	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Dwi	Perempuan	21	2019	Ilmu Administrasi Bisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
Yoogiap	Laki-Laki	22	2019	Development economics	Universitas Islam indonesia	
s	Perempuan	21	2019	Ilmu Administrasi Bisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
Dwi	Laki-Laki	19	2022	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Surya	Laki-Laki	18	2022	Akuntansi	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Marshanda	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
ian	Laki-Laki	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Vanda	Perempuan	20	20	Manajemen	Universitas Islam indonesia	
R	Perempuan	21	2019	Pendidikan matematika	Universitas Negeri Yogyakarta	
HA	Perempuan	21	2020	PGSD	Universitas Negeri Yogyakarta	

Athalla	Perempuan	21	2019	Manajemen	Universitas Islam Indonesia	
E	Perempuan	19	2020	PGSD	Universitas Negeri Yogyakarta	
NS	Perempuan	21	2021	Teknik mesin	Universitas Gadjah Mada	-
Muhammad Devanio Afreza	Laki-Laki	20	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Jessica	Perempuan	18 tahun	2022	administrasi bisnis	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	-
ayunda	Perempuan	22	2019	Pendidikan Dokter	Lainnya	Universitas Jenderal Soedirman
Rachelia	Perempuan	21	2021	Administrasi Bisnis	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Lia	Perempuan	20	2020	Akuntansi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Mirtha	Perempuan	21	2019	PSdK	Universitas Gadjah Mada	
Charlotte	Perempuan	20	2020	Akuntansi	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Octa	Perempuan	19	2021	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Anp	Perempuan	22	19	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	-
Surya	Laki-Laki	23	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	



Kevin	Laki-Laki	22	2020	Akuntansi	Lainnya	Universitas Katolik Atma Jaya
Flo	Laki-Laki	23	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Mawar	Perempuan	22	2019	Akuntansi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
yuli	Perempuan	20	2020	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
inay	Perempuan	21	2020	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Alia	Perempuan	21	20	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
naf	Perempuan	20	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	-
Indah	Perempuan	21 tahun	2020	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
mar	Laki-Laki	20	2020	manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	-
Avi	Perempuan	20 tahun	2020	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Tyas	Perempuan	20	2021	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	

S	Perempuan	20	2020	Sistem Informasi	UPN Veteran Yogyakarta	
K	Perempuan	18	2022	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
M	Laki-Laki	20	2020	Teknik Perminyakan	UPN Veteran Yogyakarta	
Nando	Laki-Laki	22	19	Manajemen	Universitas Islam Indonesia	
Maria	Perempuan	18	2022	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Alif	Laki-Laki	21	2019	Hukum	Universitas Gadjah Mada	
April	Perempuan	19	2022	Administrasi Bisnis	Lainnya	Atma Jaya
K	Perempuan	21	20	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
w	Perempuan	20	2020	kesehatan masyarakat	UPN Veteran Yogyakarta	
DN	Perempuan	20	2020	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Dina	Perempuan	20	2021	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
I	Perempuan	20	2020	ilmu komunikasi	UPN Veteran Yogyakarta	
dan	Perempuan	19	2021	hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Ad	Perempuan	21	20	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	

El	Perempuan	21	20	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
LDH	Laki-Laki	20	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Z	Perempuan	20	20	Gizi	UPN Veteran Yogyakarta	
GY	Perempuan	21	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
I	Perempuan	20	20	Kedokteran	UPN Veteran Yogyakarta	
Diffa	Laki-Laki	20	2020	Manajemen	UPN Veteran Yogyakarta	
Novinda	Perempuan	22	2020	Kesehatan masyarakat	Lainnya	Upnvj
rafael	Laki-Laki	21	2020	Akuntansi	UPN Veteran Yogyakarta	
NA	Perempuan	21	2020	Managem nt	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
AL	Perempuan	21	2020	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Hana	Perempuan	22	2019	Administra si Bisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
D	Perempuan	21	2019	Pendidikan dokter	Universitas Islam indonesia	

AM	Perempuan	20	2020	Kesehatan Masyarakat	UPN Veteran Yogyakarta	
Dico	Laki-Laki	20	2020	D4 bisnis digital	Universitas Islam Indonesia	
MS	Perempuan	20	2020	Kesehatan Masyarakat	UPN Veteran Yogyakarta	
DA	Perempuan	20	2020	Teknik Pertambangan	UPN Veteran Yogyakarta	
Yana	Perempuan	21	2020	Hukum	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
alex	Laki-Laki	22	19	Teknik Elektro	Universitas Islam Indonesia	
DZ	Perempuan	20	2020	Teknik Perminyakan	UPN Veteran Yogyakarta	
Faris	Laki-Laki	22	2019	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
MIH	Laki-Laki	22	20	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
Kintan Nezalya	Perempuan	21	2019	Farmasi	Universitas Islam Indonesia	
Muhammad Bintang	Laki-Laki	22	2020	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
Devin	Laki-Laki	22	20	Teknik Geodesi	Universitas Gadjah Mada	
vari	Laki-Laki	21	2019	teknik lingkungan	Lainnya	Institute Teknologi Yogyakarta
Nanda Amelia	Perempuan	20	2022	S1 Kewirausahaan	Universitas Amikom Yogyakarta	

VTDS	Laki-Laki	21	2019	Teknik Sipil	Universitas Gadjah Mada	
Walid	Laki-Laki	21	2020	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
JP	Laki-Laki	20	2020	Teknik Lingkungan	Universitas Islam Indonesia	
Fr	Perempuan	19	2021	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Axsyal	Laki-Laki	21	2020	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
H	Laki-Laki	20	2020	Administrasi Bisnis	UPN Veteran Yogyakarta	
Ric	Laki-Laki	19	2021	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Andin	Perempuan	22	2019	MIK	Universitas Gadjah Mada	
R	Perempuan	20	2020	Public Relations	UPN Veteran Yogyakarta	
jundi	Laki-Laki	21	2020	Teknik Industri	Universitas Islam Indonesia	
altop	Laki-Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Dinni	Perempuan	22	2019	Manajemen	Universitas Islam Indonesia	
ja	Laki-Laki	21	2020	manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
yr	Laki-Laki	21	2020	manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Shinta	Perempuan	20	2020	Hubungan Internasional	UPN Veteran Yogyakarta	

Ariel	Perempuan	21	2020	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
fio	Perempuan	19	21	administrasi bisnis	Lainnya	Unika Atma Jaya
lintang	Perempuan	21	2019	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
RKA	Perempuan	20	2020	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Dyah	Perempuan	22	2019	Teknik Sipil	Universitas Negeri Yogyakarta	
Nindy	Perempuan	20 tahun	2020	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
AKK	Perempuan	20	2020	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
c	Perempuan	21	2019	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
Rizka	Perempuan	21 tahun	2020	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Yovita	Laki-Laki	19	2021	Akuntansi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	-
Sasa	Perempuan	20	2020	Hubungan Internasional	UPN Veteran Yogyakarta	
Putri Audina	Perempuan	21 Tahun	2020	Hukum	Lainnya	ATMA
Yumna	Perempuan	20 Tahun	2021	Hukum	Lainnya	ATMA

Sania	Perempuan	22	2019	Teknologi Industri Pertanian	Universitas Gadjah Mada	
Alfi	Laki-Laki	21 Tahun	2020	Manajemen	Lainnya	ATMA
Aditya Ananda	Laki-Laki	22	2019	Pariwisata	Lainnya	Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta
Raditya	Laki-Laki	20 tahun	2021	Manajemen	Lainnya	ATMA
AD	Perempuan	20	20	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Maharani	Perempuan	21	20	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
MN	Laki-Laki	21	2020	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Puput	Laki-Laki	22	19	Kehutanan	Universitas Gadjah Mada	
Rizaldy Imam K	Laki-Laki	22	2019	Teknologi Infomasi	Universitas Gadjah Mada	
fani	Perempuan	20	21	Menejemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
dimas	Laki-Laki	20	22	akuntansi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
D	Laki-Laki	20	20	Managemen	Universitas Islam indonesia	
Reva	Laki-Laki	19	2021	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	

BAYU PAMUNGKAS	Laki-Laki	20	2020	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	
d	Perempuan	22	2019	akt	Universitas Islam Indonesia	
SA	Laki-Laki	21	19	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
Fat	Perempuan	21	2020	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
J	Perempuan	21	2020	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
FAY	Laki-Laki	18	2022	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
AS	Perempuan	19	22	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
A	Laki-Laki	19	2022	Manajemen	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Don Yumna	Laki-Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
K	Laki-Laki	19	2022	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
F	Perempuan	19	2022	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Axel Eddison	Laki-Laki	21	2019	Teknologi Hasil Perikanan	Universitas Gadjah Mada	
Nf	Laki-Laki	19	2022	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
FRS	Laki-Laki	19	2022	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	Universitas Islam Indonesia
LN	Perempuan	20	2020	Agribisnis	UPN Veteran Yogyakarta	



AD	Laki-Laki	19	2022	Akuntansi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Jamal	Laki-Laki	19	2021	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
SY	Laki-Laki	21	2021	Akuntansi	UPN Veteran Yogyakarta	
Bruno	Laki-Laki	18	2022	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
W	Perempuan	19	2022	manajemen	Universitas Gadjah Mada	
Dimas	Laki-Laki	21	2020	Informatika	Universitas Islam indonesia	
ISS	Perempuan	19	2021	hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Z	Perempuan	20	2020	Hub.Internasional	UPN Veteran Yogyakarta	
I	Perempuan	20	2020	Teknik	UPN Veteran Yogyakarta	
z	Perempuan	20	2020	Teknit Industri	UPN Veteran Yogyakarta	
Inette	Perempuan	22	2019	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
Amanda	Perempuan	20	2021	Akuntansi	UPN Veteran Yogyakarta	
MS	Laki-Laki	21	2019	Teknik Nuklir	Universitas Gadjah Mada	

MUH FARREL GHIFFARY	Laki-Laki	22 Tahun	2020	Teknik Sipil	Universitas Islam indonesia	
Dimas	Laki-Laki	20	2020	Teknik Industri	UPN Veteran Yogyakarta	
Lac	Laki-Laki	18	23	dkv	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Alfri	Perempuan	18 tahun	2022	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
muti	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
A	Perempuan	22	19	Akuntansi sektor publik	Universitas Gadjah Mada	
V	Perempuan	19	21	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
a	Perempuan	21	2020	teknik industri	UPN Veteran Yogyakarta	
Ywen	Laki-Laki	21	21	Manajemen	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	-
G	Perempuan	22	2020	akuntansi	UPN Veteran Yogyakarta	
Del	Perempuan	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	
Irkham nofiyanto	Laki-Laki	22	19	Teknik Sipil	Universitas Islam indonesia	
Aditya	Laki-Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam indonesia	

Aditya Hutabarat	Laki-Laki	22	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	
TW	Perempuan	21	2019	Psikologi	Universitas Islam Indonesia	
TS	Perempuan	22	2019	Hukum	Universitas Islam Indonesia	
Budi	Laki-Laki	21	2020	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	.
brian	Laki-Laki	22	2020	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	
yk	Perempuan	20	2020	Ilmu dan industri peternakan	Universitas Gadjah Mada	
Annora Diva Artio	Perempuan	20	2020	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	
Frichell	Perempuan	20 tahun	2020	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	-
jun	Perempuan	21	20	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	
Inge	Perempuan	21	20	Ilmu dan industri peternakan	Universitas Gadjah Mada	
Ragil Bagus Kusuma	Laki-Laki	21	2020	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	
salsa	Perempuan	20 tahun	2020	ilmu dan industri peternakan	Universitas Gadjah Mada	

a	Perempuan	21	2020	Ilmu dan Industri Peternakan	Universitas Gadjah Mada	
Z	Perempuan	19	2022	ABI	Lainnya	Universitas Katolik Atmajaya Jakarta
Ahim	Laki-Laki	21	19	Teknik Sipil	Universitas Islam Indonesia	-
Y	Laki-Laki	19	2022	hukum	Lainnya	Universitas Katolik Atmajaya Jakarta
william	Laki-Laki	19	21	ilmu komunikasi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
brandon	Laki-Laki	19	2021	administrasi bisnis	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	-
kevin	Laki-Laki	19	2022	ilmu komunikasi	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	-
Albertus Hary Andryanto	Laki-Laki	19 thn	21	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
T	Laki-Laki	20	2022	Hukum	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	
nurul	Perempuan	19	2021	akuntansi	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
Tika	Perempuan	21	2019	Akuntansi	Universitas Islam Indonesia	

### Lampiran 3 Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std.Devition
Ekspektasi Kinerja	264	4	16	3,63	1,674
Ekspektasi Usaha	264	6	12	3,68	1,236
Pengaruh Sosial	264	3	12	3,22	1,841
Kondisi Fasilitas	264	8	16	3,54	1,571
Motivasi Hedonis	264	5	12	3,53	1,491
Nilai Harga	264	5	12	3,39	1,507
Kebiasaan	264	4	16	3,29	2,568
Minat Menggunakan	264	5	12	3,49	1,607
Pengalaman	264	1	4	2,86	1,108

### Lampiran 4 Hasil Outer Model

#### 1. Convergent Validity

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	AVE
<i>Perfomance Expectancy</i>	PE1	0,763	0,588
	PE2	0,768	
	PE3	0,796	
	PE4	0,719	
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,841	0,626
	EE2	0,800	

	EE3	0,729	
<i>Social Influence</i>	SI1	0,823	0,742
	SI2	0,891	
	SI3	0,870	
<i>Facilitating Condition</i>	FC2	0,830	0,455
	FC4	0,727	
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,863	0,730
	HM2	0,888	
	HM3	0,811	
<i>Price Value</i>	PV1	0,803	0,635
	PV2	0,834	
	PV3	0,752	
<i>Habit</i>	H1	0,701	0,708
	H2	0,791	
	H3	0,928	
	H4	0,923	
<i>Experience</i>	E	1,000	1,000
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0,857	0,738
	BI2	0,847	

	BI3	0,873	
--	-----	-------	--

## 2. Discriminat Validity

	BI	E	EE	FC	H	HM	M_FC	M_HM	M_PV	PE	PV	SI
<b>BI1</b>	0,857	0,243	0,349	0,452	0,580	0,533	-0,071	-0,298	-0,120	0,457	0,497	0,462
<b>BI2</b>	0,847	0,254	0,384	0,342	0,587	0,547	-0,010	-0,243	-0,115	0,409	0,447	0,435
<b>BI3</b>	0,873	0,220	0,320	0,434	0,591	0,504	-0,140	-0,226	-0,103	0,404	0,468	0,301
<b>E</b>	0,278	1,000	0,178	0,148	0,302	0,296	-0,064	-0,108	-0,117	0,368	0,189	0,229
<b>EE1</b>	0,344	0,077	0,841	0,339	0,218	0,337	-0,172	-0,073	-0,150	0,428	0,317	0,215
<b>EE2</b>	0,302	0,113	0,800	0,312	0,200	0,335	-0,072	-0,033	-0,074	0,436	0,334	0,185
<b>EE3</b>	0,321	0,235	0,729	0,425	0,258	0,365	-0,270	-0,226	-0,266	0,438	0,304	0,212
<b>FC*E</b>	-0,086	-0,064	-0,219	-0,279	-0,074	-0,165	1,000	0,547	0,492	-0,244	-0,083	-0,080
<b>FC2</b>	0,430	0,148	0,393	0,871	0,297	0,430	-0,222	-0,113	-0,060	0,339	0,380	0,293
<b>FC4</b>	0,371	0,098	0,372	0,813	0,203	0,413	-0,251	-0,182	-0,086	0,413	0,341	0,271
<b>H1</b>	0,568	0,337	0,325	0,417	0,701	0,534	-0,146	-0,255	-0,227	0,453	0,409	0,418
<b>H2</b>	0,530	0,236	0,100	0,140	0,791	0,411	-0,040	-0,223	0,130	0,358	0,408	0,546
<b>H3</b>	0,602	0,214	0,254	0,218	0,928	0,485	-0,025	-0,298	-0,205	0,426	0,446	0,571
<b>H4</b>	0,582	0,227	0,268	0,230	0,923	0,487	-0,037	-0,299	-0,200	0,427	0,437	0,566
<b>HM*E</b>	-0,298	-0,108	-0,141	-0,172	-0,322	-0,343	0,547	1,000	0,633	-0,383	-0,281	-0,257
<b>HM1</b>	0,543	0,268	0,327	0,421	0,500	0,863	-0,118	-0,333	-0,267	0,519	0,461	0,474
<b>HM2</b>	0,550	0,288	0,396	0,475	0,540	0,888	-0,160	-0,313	-0,233	0,571	0,531	0,420

<b>HM3</b>	0,479	0,196	0,404	0,381	0,420	0,811	-0,146	-0,227	-0,207	0,502	0,513	0,336
<b>PE1</b>	0,339	0,282	0,497	0,355	0,357	0,440	-0,248	-0,261	-0,268	0,763	0,328	0,222
<b>PE2</b>	0,373	0,335	0,406	0,387	0,368	0,484	-0,173	-0,303	-0,256	0,788	0,426	0,331
<b>PE3</b>	0,417	0,256	0,447	0,343	0,408	0,553	-0,218	-0,361	-0,280	0,796	0,435	0,301
<b>PE4</b>	0,376	0,259	0,338	0,272	0,388	0,419	-0,114	-0,239	-0,121	0,719	0,374	0,480
<b>PV*E</b>	-0,131	-0,117	-0,209	-0,085	-0,229	-0,277	0,492	0,633	1,000	-0,302	-0,123	-0,132
<b>PV1</b>	0,465	0,092	0,316	0,341	0,380	0,457	-0,051	-0,198	-0,065	0,378	0,803	0,300
<b>PV2</b>	0,442	0,214	0,343	0,385	0,416	0,525	-0,076	-0,208	-0,086	0,452	0,834	0,405
<b>PV3</b>	0,402	0,144	0,301	0,296	0,420	0,412	-0,073	-0,272	-0,148	0,394	0,752	0,367
<b>SI1</b>	0,410	0,150	0,231	0,253	0,497	0,402	-0,083	-0,205	-0,133	0,352	0,378	0,823
<b>SI2</b>	0,482	0,211	0,201	0,309	0,537	0,455	-0,070	-0,256	-0,100	0,375	0,420	0,891
<b>SI3</b>	0,481	0,225	0,239	0,301	0,584	0,392	-0,057	-0,201	-0,111	0,401	0,360	0,870


  
**Lampiran 5 Hasil Inner Model**

**1. R Square**

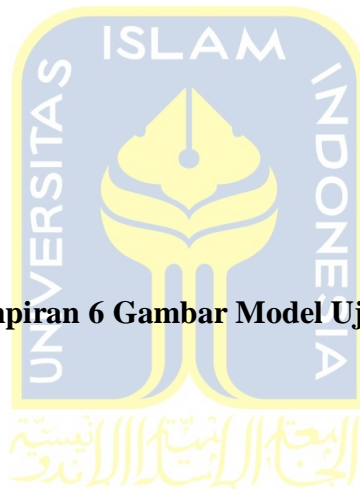
	R-Square	R-Square Adjusted
<i>Behaviorial Intention</i>	0,609	0,592

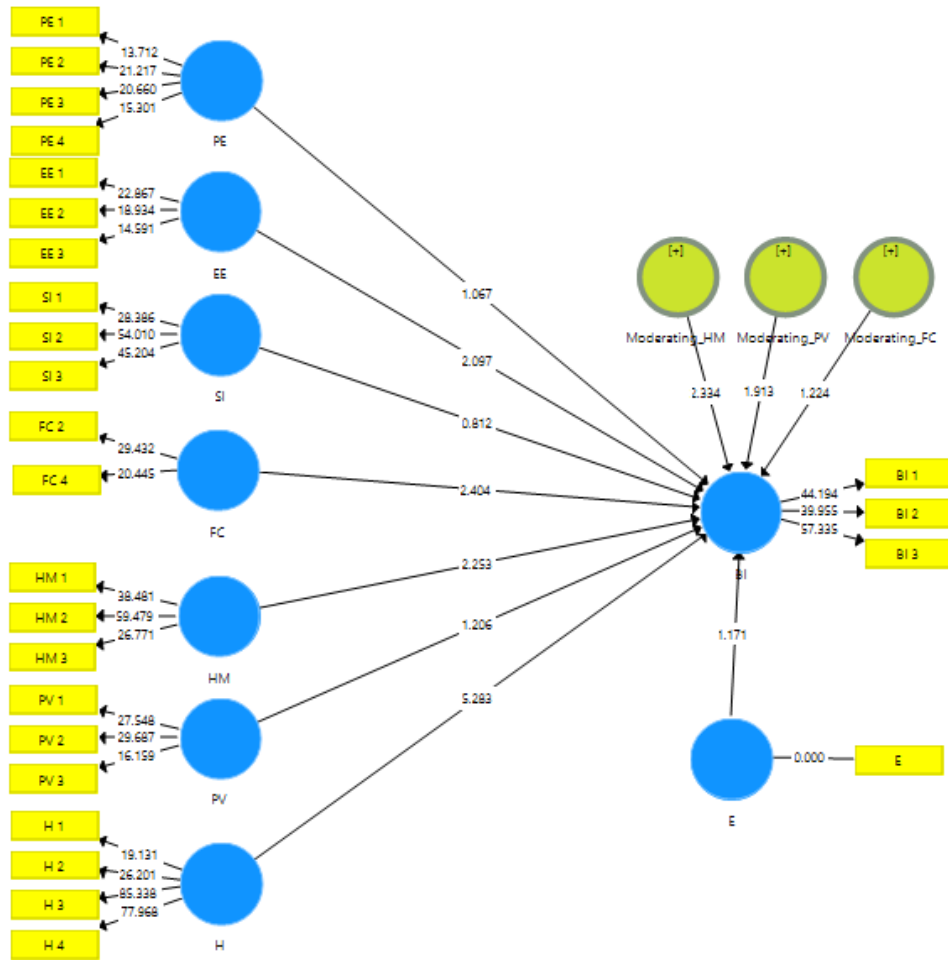


## 2. Path Coefficients

Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
E -> BI	0,048	0,053	0,041	1,171	<b>0,242</b>	Tidak didukung
EE -> BI	0,130	0,129	0,062	2,097	<b>0,036</b>	Didukung
FC -> BI	0,176	0,177	0,073	2,404	<b>0,017</b>	Didukung
H -> BI	0,413	0,414	0,078	5,283	<b>0,000</b>	Didukung
HM -> BI	0,170	0,164	0,076	2,253	<b>0,025</b>	Didukung
PE-> BI	-0,059	-0,052	0,055	1,067	<b>0,286</b>	Tidak didukung
PV -> BI	0,085	0,095	0,070	1,206	<b>0,228</b>	Tidak didukung
SI -> BI	0,058	0,053	0,072	0,812	<b>0,417</b>	Tidak didukung
E*FC -> BI	0,070	0,072	0,058	1,224	<b>0,221</b>	Tidak didukung
E*HM -> BI	-0,147	-0,135	0,063	2,334	<b>0,020</b>	Tidak didukung
E*PV -> BI	0,112	0,096	0,058	1,913	<b>0,056</b>	Tidak didukung

**Lampiran 6 Gambar Model Uji Hipotesis**





جميع الحقوق محفوظة