

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *QUICK RESPONSE  
CODE INDONESIAN STANDARD* (QRIS) DI KALANGAN  
GENERASI Z  
(KAJIAN PADA MAHASISWA FEBI UIN AR-RANIRY)**



**Disusun Oleh :**

**Edby Danda  
NIM. 180603223**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR- RANIRY  
BANDA ACEH  
2022 M/1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Edby Danda

NIM : 180603223

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 26 Desember 2022

Yang Menyatakan,

  
Edby Danda

# LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

## SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah  
Dengan Judul:

**Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan  
*Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Di Kalangan  
Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)**

Disusun Oleh:

Edby Danda  
NIM. 180603223

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam Penyelesaian Studi  
pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M.  
NIP. 197811122005011003

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.  
NIP. 198310282015031001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 197711052006042003

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Di Kalangan Generasi Z  
(Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)

Eddy Danda  
NIM. 180603223

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan  
Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Perbankan  
Syariah

Pada Hari/Tanggal:

Senin, 26 Desember 2022  
Senin, 02 Rajab 1444 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M.  
NIP: 197811122005011003

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.  
NIP: 198310282015031001

Penguji I,

Penguji II,

Eliana, S.E., M.Si.  
NIDN: 1310047601

Muhammad Syaqui Bin-Armia, MBA.  
NIP: 199103062022031001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP: 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Edby Danda  
NIM : 180603223  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : [dandaedby@gmail.com](mailto:dandaedby@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi .....

yang berjudul:

**Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Di Kalangan Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 26 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis,

Edby Danda  
NIM. 180603223

Pembimbing I,

Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M  
NIP. 19781122005011003

Pembimbing II

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.  
NIP. 198310282015031001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*“Maka barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarah,  
niscaya dia akan melihat balasannya dan barang siapa  
mengerjakan kejahatan seberat zarah, niscaya dia akan melihat  
balasannya” (Q.S. Az-Zalzalah : 7-8).*

Skripsi ini saya persembahkan teruntuk kedua orang tua yang sangat saya cintai, Ayah dan Ibu, Nenek, Kakek beserta Adik-adik saya yang tidak pernah berhenti menyemangati dan mendoakan agar diberi kemudahan dan kelancaran dalam menuntut ilmu dari awal saya masuk kuliah sampai saat ini. Untuk teman-teman seperjuangan, seluruh kerabat dekat, sahabat, rekan-rekan yang sudah membantu, serta teman-teman yang akan menjadi generasi penerus kedepannya.

AR - RANIRY

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin puji beserta syukur selalu tercurahkan kepada Ilahi Rabbi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Di Kalangan Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)". Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Adapun peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan kesilapan. Namun berkat bantuan, bimbingan dan berkah pertolongan dari Allah SWT peneliti mampu menghadapi kendala tersebut. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA., Ek selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah serta Mukhlis, S.HI, S.E. M.H.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu banyak dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Azharsyah, SE.,Ak.,M.S.O.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan kemudahan, bantuan serta dukungan sehingga terselesainya skripsi ini dan Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A. selaku Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, kemudahan serta dukungan yang penuh sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
6. Teristimewa dan tak terhingga peneliti ucapkan ribuan terima kasih kepada Ayahanda tercinta Edy Sahputra dan Ibunda tercinta Darmiati yang selalu mendoakan, menyayangi dan terus memberikan dukungan spiritual dan materil tanpa henti buat saya dalam menyusun dan dapat

menyelesaikan skripsi ini, terima kasih yang tiada tara buat kalian berdua. Terima kasih yang tak terhingga kepada kakek dan nenek yang telah memberikan semangat dan doa yang tiada henti. Kemudian adik-adik saya Faras Hidayah dan Muhammad Kusuma, dan abang saya Edry Darnanda. Tak lupa pula kepada sepupu-sepupu.

7. Seluruh teman-teman terbaik dan sahabatku Ainun, Nesya, Mauliza, dan Riska yang telah mendoakan, memberikan motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan serta motivasi yang diberikan, sehingga dapat meningkatkan semangat peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Jazakumullah khayr.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Untuk itu peneliti meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang peneliti lakukan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Kesalahan datangnya dari diri peneliti dan yang benar datangnya dari Allah SWT. Semoga Allah senantiasa meridhoi dan memberikan Rahmat kepada kita semua.

Banda Aceh, 26 Desember 2022

Penulis,

Edby Danda

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**  
**Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987**

**1. Konsonan**

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*  
رَمَى : *ramā*  
قِيلَ : *qīla*  
يُقُولُ : *yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- Ta marbutah* (ة) hidup  
*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutah* (ة) mati  
*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul  
Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

### Catatan:

#### Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Edby Danda  
NIM : 180603223  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul : “Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Di Kalangan Generasi Z” (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)  
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, SE.,Ak.,M.S.O.M  
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dari media sosial dan pengetahuan terhadap minat generasi Z QRIS. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan jumlah sampel sebanyak 238 responden yang ditentukan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 10%.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian dengan uji parsial menunjukkan bahwa media sosial dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Hasil penelitian dengan uji simultan menunjukkan bahwa media sosial dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa.

***Kata Kunci: Media Sosial, Pengetahuan, Minat***

AR - RANIRY

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL .....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Media Sosial .....	11
2.1.1 Definisi Media Sosial .....	11
2.1.2 Manfaat Media Sosial .....	14
2.1.3 Indikator media sosial : .....	15
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Media Sosial .....	16
2.2 Pengetahuan.....	17
2.2.1 Definisi Pengetahuan .....	17
2.2.2 Tingkatan Pengetahuan.....	19
2.2.3 Indikator Pengetahuan .....	19
2.3 Minat.....	20
2.3.1 Definisi Minat.....	20

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	21
2.3.3 Indikator Minat .....	22
2.4 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) .....	23
2.4.1 Kelebihan dan Kekurangan QRIS .....	25
2.5 Generasi Z .....	27
2.6 Penelitian Terdahulu .....	30
2.7 Kerangka Pemikiran .....	34
2.8 Pengembangan Hipotesis .....	34
2.8.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap minat .....	34
2.8.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat .....	35
2.8.3 Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Secara Simultan Terhadap Minat .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain Penelitian .....	38
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	38
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.2.1 Populasi .....	39
3.2.2 Sampel Penelitian .....	39
3.3 Sumber Data .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5 Skala Pengukuran .....	43
3.6 Operasionalisasi Variabel .....	44
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data .....	46
3.7.1 Uji Keabsahan Data .....	46
3.7.1.1 Uji Validitas .....	47
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	48
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas .....	48
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	49
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	49
3.8 Pengujian Hipotesis .....	50
3.8.1 Uji parsial (Uji t) .....	50
3.8.2 Uji Simultan (Uji F) .....	51
3.9 Uji Derteminasi ( R <sup>2</sup> ) .....	52

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	59
4.3 Uji Keabsahan Data .....	60
4.3.1 Uji Validitas.....	60
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	62
4.4.1 Uji Normalitas .....	62
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
4.6 Pengujian Hipotesis .....	68
4.6.1 Uji Parsial (Uji-t).....	68
4.6.2 Uji Silmutan (Uji-F).....	70
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	71
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.8.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan QRIS.....	72
4.8.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan QRIS.....	74
4.8.3 Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Secara Simultan Terhadap Minat Menggunakan QRIS .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>
<b>BIODATA .....</b>	<b>110</b>

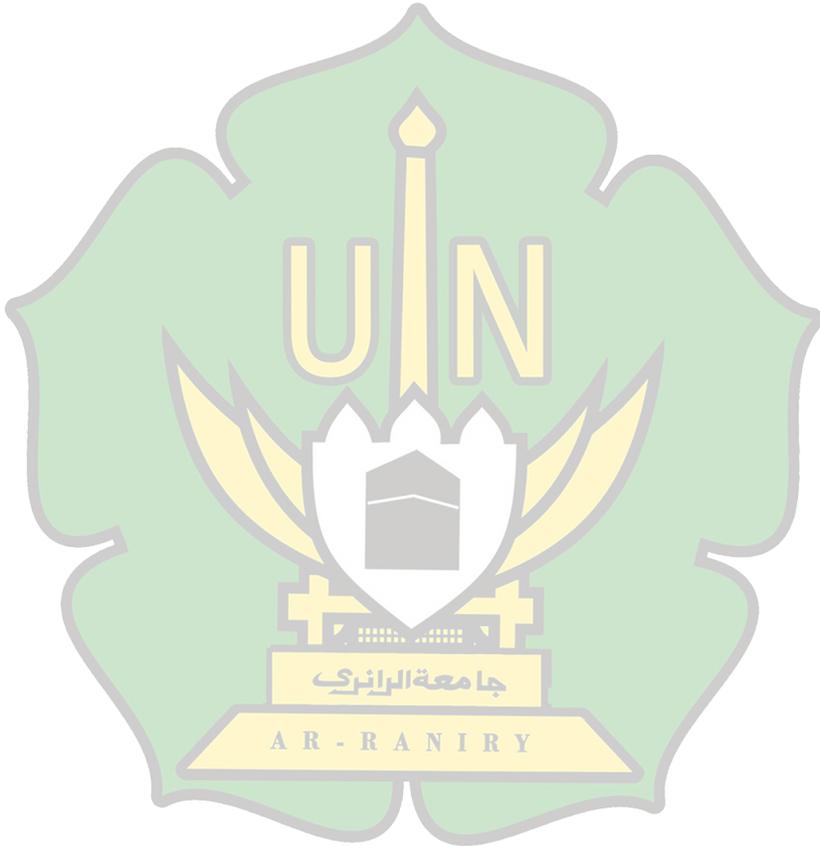
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1	Jumlah Responden .....	40
Tabel 3.2	Proportionate Random Sampling.....	42
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert .....	44
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel .....	45
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	59
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolonieritas .....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	69
Tabel 4.9	Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71



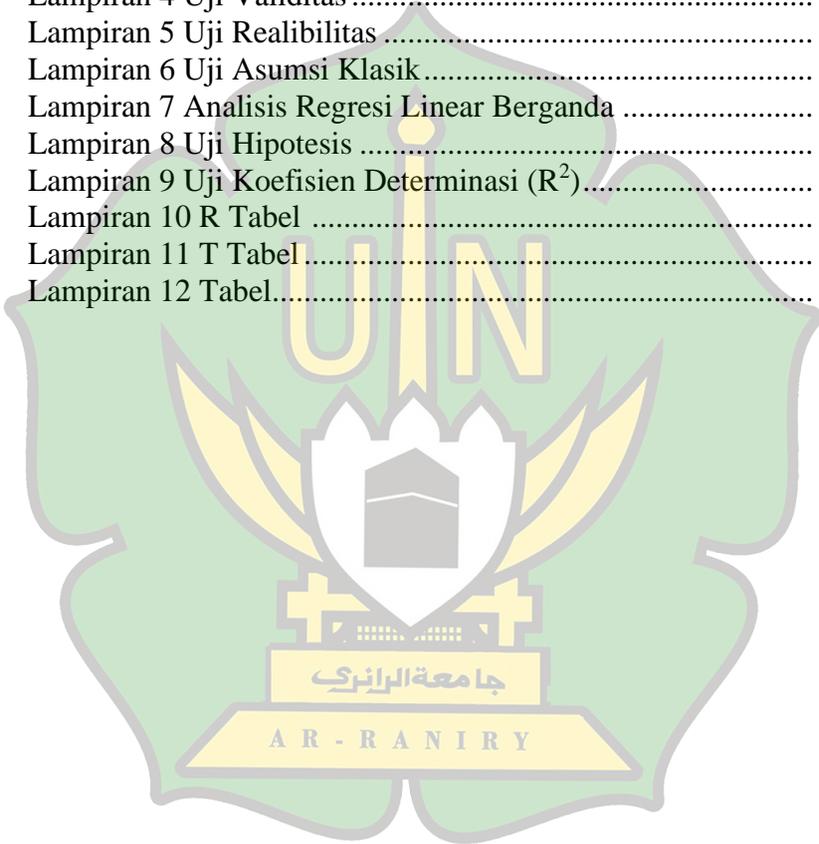
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot .....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram ...	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	84
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	88
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	99
Lampiran 4 Uji Validitas .....	100
Lampiran 5 Uji Realibilitas .....	103
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	104
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda .....	106
Lampiran 8 Uji Hipotesis .....	106
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	107
Lampiran 10 R Tabel .....	107
Lampiran 11 T Tabel .....	108
Lampiran 12 Tabel .....	109



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Uang merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai alat tukar-menukar atau alat pembayaran sah atas pembelian barang dan jasa. Alat pembayaran telah mengalami beberapa transformasi yang berawal dari sistem barter hingga ditemukannya uang sebagai alat transaksi pembayaran. Transformasi dari teknologi informasi, perdagangan dan sistem pembayaran telah membawa suatu perubahan terhadap munculnya inovasi tersebut melalui alat pembayaran uang elektronik dengan menggunakan perkembangan teknologi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia yang sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran ini pun menggeser peran uang tunai menjadi non tunai yang lebih efisien dan ekonomis (Sari et al, 2021).

Dan perkembangan teknologi dan informasi yang maju akan membantu pertumbuhan ekonomi digital dan percepatan inklusi keuangan suatu negara. Salah satu bentuk pengimplementasian antara teknologi-informasi dengan pertumbuhan ekonomi digital termasuk pembayaran transaksi non-tunai (Rahmayanti et al, 2020). Sehingga masyarakat beralih dari pembayaran konvensional menjadi model pembayaran digital

dengan anggapan model pembayaran digital ini memberikan kemudahan dan keuntungan.

Pada tanggal 1 Januari 2020 dilakukan peresmian penggunaan QRIS sebagai QR media pembayaran uang elektronik, BI sudah mencatat penggunaan QRIS sebanyak 4,7 juta pada merchant telah menggunakan standarisasi sistem pembayaran digital (QRIS). Dan pada tanggal 28 September 2020, Gubernur BI Perry Warjiyo mengatakan “jumlah merchant pengguna QRIS terus meningkat, 85% diantaranya sebanyak 4,5 juta merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”. Hal ini menunjukkan terdapat minat yang besar dalam masyarakat untuk menggunakan uang elektronik, sehingga setiap tahunnya mengalami peningkatan yang pesat (TrenAsia, 2020). Meskipun belum digunakan sebagai alat transaksi utama, pembayaran digital berpotensi menjadi alat pengganti uang tunai sebagai alat pembayaran. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang ditemukan adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standart*) merupakan standar nasional QR Code pembayaran yang ditetapkan BI untuk digunakan dalam memfasilitasi transaksi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet digital dan mobile banking (Ayu dan Kusumaningtyas, 2020).

QRIS ini merupakan bagian dari transformasi digital pada sistem pembayaran Indonesia dalam membantu percepatan pengembangan ekonomi dan keuangan digital. QRIS adalah standar QR code pembayaran untuk sistem pembayaran yang

dikembangkan oleh Bank Indonesia dan asosiasi sistem pembayaran Indonesia (ASPI). Munculnya QRIS ini memberi kemudahan dalam bertransaksi secara digital. QR Code adalah barcode dua dimensi yang dapat menyimpan data. Fungsi QR Code dalam aspek metode pembayaran yaitu menghubungkan pengguna dengan layanan transaksi pembayaran dengan cara memindai QR Code menggunakan kamera smartphone yang sudah terhubung dengan akun pengguna (Mayanti, 2020).

Yang dapat melakukan pembayaran melalui QRIS adalah aplikasi pembayaran dengan QR kode yang telah bergabung dalam kelompok penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) *front end* seperti penerbit dan *acquirer*. Meskipun kamu menggunakan aplikasi pembayaran yang menyediakan sistem pembayaran menggunakan QR kode, belum tentu QR kode yang dipakai adalah yang sudah terstandarisasi QRIS. Jadi ada baiknya untuk memeriksa terlebih dahulu supaya lebih yakin bahwa kamu sedang bertransaksi dengan lebih aman dan mudah menggunakan QRIS (Prima, 2020).

Dengan adanya pembayaran non tunai menggunakan QR Code akan memudahkan transaksi yang akan dilakukan antara penjual dan pembeli dengan scan code yang telah disediakan oleh penjual. Penjual tidak harus bersusah payah lagi mencari uang dengan nominal kecil untuk mengembalikan uang pembeli dan pembeli juga tidak bersusah payah lagi harus membawa uang tunai saat melakukan pembelian. Pembayaran non tunai ini juga

menghindari penjual mendapatkan uang palsu saat melakukan transaksi.

Hasil kajian awal terhadap beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Kota Banda Aceh, menunjukkan bahwa sulitnya menemukan penyediaan layanan QRIS di toko-toko atau tempat usaha dan sedikit juga toko-toko yang menyediakan layanan QRIS serta terkadang terkendala oleh jaringan internet.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari salah satu pedagang pakaian Dindin shop di Lamteh Pango bahwa dengan adanya QRIS ini mempermudah dalam melakukan transaksi dan cepat, tidak perlu lagi mencari nominal kecil untuk mengembalikan uang pembeli, penjual juga mengatakan bahwa dengan adanya QRIS ini transaksi jadi lebih simple walaupun sejauh ini masih sedikit yang menggunakannya, terlebih lagi rata-rata pembeli adalah mahasiswa.

Ulfi (2020) berpendapat bahwa minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS masih sangat kecil, karena banyak mahasiswa yang tidak mengetahui mengenai QRIS (Ulfi, 2020). Jika dikaitkan dengan media sosial, banyak pengetahuan mahasiswa-mahasiswa yang terpengaruh dari media sosial juga karena jika dilihat lebih mudah mendapat pengetahuan tentang QRIS di media sosial. Karena dari situlah banyak toko-toko atau cafe yang memakai media sosial sehingga bisa dilihat oleh banyak orang.

Generasi Z ialah generasi yang mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, browsing dengan PC, dan mendengarkan music menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka. Penelitian Bencsik, Csikos, dan Juhes (2016) menunjukkan masuknya generazi z dalam kelompok generasi, yang dapat dilihat dari table berikut:

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Veteran Generation
1946-1960	Baby Boom Generation
1960-1980	X Generation
1980-1995	Y Generation
1995-2010	Z Generation
2010+	Alfa Generation

Sumber : Hadion Wijoyo et al.

Enam kelompok generasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Genarasi z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya yaitu, fasih teknologi, techsavvy, web-savvy, appfriendly generation. Mereka adalah generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Mereka dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan dengan cepat. Selain fasih teknologi mereka juga *multitasking* atau terbiasa melakukan

berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Sehingga mereka tidak menginginkan hal yang bertele-tele dan berbelit-belit, mereka menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan serba cepat. (Hadion Wijoyo, Indrawan, Cahyono, Handoko, & Santamoko, 2020)

Fenomena yang terlihat bahwa minat mahasiswa untuk menggunakan QRIS masih tergolong rendah. Rendahnya minat mahasiswa terhadap penggunaan QRIS dapat diketahui dari tingkat pengetahuan dan informasi dari media sosial yang didapatkan oleh mahasiswa. Sudah banyak yang sudah menerapkan sistem QRIS seperti Suzuya, KFC, Richeese Factory, dan lain-lain. Tetapi masih jarang yang menggunakannya. Hasil pra penelitian banyak mahasiswa diketahui bahwa masih banyak mahasiswa yang cenderung menyukai transaksi tunai dibandingkan non tunai dikarenakan mahasiswa masih ragu dengan keamanan QRIS dan juga terkendala oleh jaringan. Walaupun Pembayaran non tunai ini juga menghindari penjual mendapatkan uang palsu saat melakukan transaksi, tetapi masih ada yang tidak menggunakan QRIS. Banyak juga kejadian-kejadian penipuan yang bisa buat bukti transfer QRIS yang palsu dengan nominal tertentu, Bentuk modus penipuan QRIS, banyak yang dilakukan oleh *cyber* yang melakukan penipuan alih-alih membayar, mereka bisa memalsukan kode pembayaran, termasuk nominal dan nama toko, sehingga pemilik toko pun percaya bahwa pembayaran telah berhasil dilakukan. Ada juga yang hanya memberikan bukti *screenshot* pembayaran

namun bukan pembayaran *merchant* tersebut. Penipuan ini mengincar kelengahan *merchant* yang tidak teliti untuk mengecek apakah pembayaran sudah masuk atau belum. Dengan adanya fenomena tersebut banyak yang belum menggunakan QRIS karena masih ada yang ragu dengan keamanan QRIS. Serta masih banyak tempat usaha disekitar kampus yang belum menerapkan sistem pembayaran QRIS.

Jadi, peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai minat penggunaan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS) sebagai transaksi pembayaran digital. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak berminat menggunakan QRIS karena masih ragu untuk menggunakannya. Sebagai salah satu generasi Z, mahasiswa seharusnya dapat memanfaatkan pembayaran digital melalui QRIS, sekaligus turut menjadi pelopor dalam menyuarakan QRIS kepada masyarakat luas.

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry. Mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja yang mana dapat disebut juga dengan generasi Z. Generasi ini identik dengan adanya perkembangan teknologi, khususnya penggunaan internet dan media sosial.

Maka dari itu melihat latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS?
3. Apakah media sosial dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah media Sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS.
2. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS.
3. Untuk mengetahui apakah media Sosial dan pengetahuan berpengaruh bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS ?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk setiap pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, pemecahan masalah sesuai dengan teori yang telah dipakai di bangku kuliah, menambah pengalaman, wawasan dan pengetahuan.
2. Dapat menjadi referensi, bahan rujukan dan menginspirasi pihak lain dalam mengembangkan penelitian dengan isu yang sama.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi Peneliti**

Untuk menambah wawasan penulis mengenai berpengaruh signifikan atau tidak Media Sosial dan Pengetahuan terhadap minat Mahasiswa dalam menggunakan QRIS.

##### **2. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi dan rujukan dalam menunjang penulisan-penulisan ilmiah serta dapat menjadi perbandingan bagi penulis lain dalam karya ilmiah nya. جامعة الراندي

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang sistematis dan berurutan, maka dalam hal ini peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab, yang meliputi :

## **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

## **BAB II : Landasan Teori**

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terkait dan hasil penelitian yang sesuai dengan kerangka berpikir.

## **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini akan membahas tentang metode-metode apa saja yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penarikan sampel, operasional variabel serta analisis data dan rencana penelitian.

## **BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan serta jawaban dari persoalan yang ada pada perumusan masalah.

## **BAB V : Penutup**

Pada bab ini akan menyajikan mengenai kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan hipotesis yang telah diuji. Bab ini juga akan memberikan saran-saran mengenai solusi dari permasalahan yang ada.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Media Sosial**

##### **2.1.1 Definisi Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berinteraksi. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media berarti alat komunikasi, sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Jadi media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial (Meilinda, 2018).

Media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan lain sebagainya. Media sosial ini dapat menghubungkan berbagai macam pengguna dari seluruh tempat di dunia ke pengguna lainnya dan menjadi tempat yang luas sebagai penyedia informasi. Perkembangan teknologi informasi dari masa ke masa terus tumbuh sehingga dibutuhkan wawasan dan keterampilan seperti kemampuan untuk melakukan promosi dengan media online. Media sosial dapat digunakan untuk promosi atau sebagai sarana untuk melakukan usaha online.

Menurut Maoyan, (2014), Media sosial merupakan jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita melalui pengguna internet dan mengkomunikasikan serta mendiseminasikan informasi, sedangkan pemasaran media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran internet untuk mencapai tujuan pemasaran dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial.

Menurut Nurudin, (2012:53), Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Melalui media sosial setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto dan video.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil aplikasi yang paling banyak diminati generasi Z dan kalangan mahasiswa yaitu Facebook, Instagram Twitter, dan WhatsApp. Beberapa aplikasi tersebut berasal dari jenis media sosial yang berbeda – beda.

Berikut media sosial yang umum dijadikan pilihan untuk melakukan kegiatan mahasiswa untuk mencari sesuatu :

1. Facebook

Facebook adalah jejaring sosial yang sangat populer di dunia maya, bahkan seluruh dunia juga menggunakan ini. Facebook adalah sarana sosial yang menghubungkan orang dengan orang di dunia maya. Facebook muncul pada Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zurkerberg.

## 2. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang paling efektif digunakan untuk melakukan promosi melalui gambar atau foto. Perbedaannya dengan Pinterest adalah media sosial instagram ini memiliki aplikasi yang dapat memberikan efek seni pada foto produk usaha atau orang-orang yang menggunakan jasa usaha.

## 3. WhatsApp

Whatsapp didirikan pada tahun 2009 oleh Jan Koum dan Brian Acton yang telah menghabiskan waktu 20 tahun di yahoo. Whatsapp dimulai sebagai alternatif untuk SMS, mengirim dan menerima berbagai macam media: teks, foto, video, dokumen, lokasi, dan juga panggilan suara. Pesan dan panggilan diamankan dengan enkripsi end-to-end yang berarti tidak ada pihak ketiga termasuk whatsapp yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan.

## 4. Twitter

Twitter adalah suatu layanan social networking yang termasuk dalam kategori mikroblogging. Pada maret 2006 mulai berdirinya twitter yang didirikan oleh Jack Dorsey, Evan williams dan Biz Stone. Konsep awal dari twitter adalah sebuah sistem yang pengguna dapat untuk mengirimkan pesan yang dapat disebarluaskan ke semua teman. Dengan melakukan diskusi dan koreksi di sistem tersebut, maka saat ini twitter telah berkembang menjadi layanan jejaring sosial yang memiliki fitur untuk menerbitkan

posting singkat atau status serupa dengan SMS yang bisa diakses di internet.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 568), Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya.

### **2.1.2 Manfaat Media Sosial**

1. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada orang lain. Konten dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi (Nurdin, 2012).
2. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Beragam aplikasi di media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi berbagai konten, dari yang berupa *profil*, informasi, kejadian, sampai pada hasil – hasil riset kajian.
3. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen Media sosial ditangan pakar manajemen dan *marketing* dapat menjadi senjata dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi,

menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas *customer*, menjajaki *market*, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

4. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran Media sosial bermanfaat untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik (Tim Pusat Humas Perdagangan).

### **2.1.3 Indikator media sosial :**

#### **1. Kemudahan**

Faktor kemudahan terkait dengan operasional transaksi secara digital, kemudahan juga digunakan sebagai tingkatan seseorang percaya bahwa teknologi dengan mudah digunakan. Kemudahan mencari informasi yang disajikan pada digital mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada media sosial tersebut.

#### **2. Kepercayaan**

Kepercayaan pembeli terhadap online shop terletak pada popularitas online shop tersebut, semakin terkenal online shop tersebut maka semakin tinggi tingkat kepercayaan pembeli terhadap reliabilitas online shop tersebut. Kemudian kepercayaan pembeli terhadap online shop yaitu dengan keandalan dalam menjamin keamanan bertransaksi dan meyakinkan bahwa transaksi

akan diproses setelah pembayaran dilakukan, karena semakin berkembangnya kasus penipuan berbasis teknologi.

#### **2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Media Sosial**

Media Sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Menurut Sopiah (2013), melakukan studi atau investigasi tentang trend aktivitas informasi internet warga amerika antara maret 2000 hingga November 2004 dan telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan internet.

Dimensi dimensi ini adalah informasi (*information utility*), kesenangan (*fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*). Yaitu:

1. Informasi (*information utility*), Memperoleh informasi atau berita online.
2. Kesenangan (*fun activities*), Online untuk alasan yang tidak istimewa, hanya untuk kesenangan atau untuk menghabiskan waktu.
3. Komunikasi (*communication*), Mengirim atau menerima pesan atau email.
4. Transaksi (*transaction*), Membeli produk secara online.

Menurut Rohmadi (2016), terdapat beberapa faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial, yaitu :

1. Mendapatkan Informasi, Banyak informasi yang dapat diperoleh lewat sosial media.
2. Menjalin Silaturahmi, melalui media social dapat menjalin silaturahmi meski terpisah jarak.
3. Membentuk Komunitas, bagi yang memiliki hobi dapat membentuk perkumpulan berisi dengan orang orang yang memiliki hobi yang sama.
4. Branding, Mengomunikasikan keberadaan dan menawarkan produk yang ingin ditawarkan sehingga dikenal.
5. Promosi, memudahkan untuk melakukan promosi produk dan jasa
6. Kegiatan Sosial, memudahkan dalam menggalang dana untuk kegiatan sosial.

## **2.2 Pengetahuan**

### **2.2.1 Definisi Pengetahuan**

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, berkenaan dengan hal (Tim penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002). Pengetahuan dapat diperoleh melalui berbagai media informasi seperti koran, televisi, radio, pamflet dan lain-lain atau bisa juga melalui pengalaman yang telah dilakukan seseorang. Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa,serta pengetahuan lainnya yang

terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sunyoto, 2013:53).

Menurut Yasin et al., (2018), pengetahuan merupakan suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang didapat setelah seseorang tersebut melakukan suatu penelitian terhadap objek tertentu. Definisi yang paling sederhana dari pengetahuan adalah kapasitas untuk melakukan tindakan. Jadi pengetahuan adalah berbagai informasi dan data yang telah kita ketahui kemudian setelah mengetahui tersebut kemudian muncullah berbagai pertanyaan untuk mengevaluasi kemampuan yang telah diperoleh.

Menurut Notoatmodjo dalam Albunsiary (2020) pengetahuan merupakan kemampuan seseorang yang mempengaruhi terhadap tindakan yang dilakukan. Pengetahuan yaitu seseorang yang secara mutlak tidak dipengaruhi oleh pendidikan karena pengetahuan juga bisa diperoleh dari pengalaman masa lalu, namun tingkat pendidikan turut menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami informasi yang diterima yang kemudian menjadi dipahami.

Tahap pengetahuan dimulai ketika konsumen menerima stimulus fisik atau sosial yang memberikan pemaparan dan perhatian pada produk baru dan cara kerjanya. Dalam tahap ini konsumen sadar akan produk bersangkutan, tetapi tidak membuat keputusan apapun sehubungan dengan relevansi produk dengan suatu masalah atau kebutuhan yang dikenali.

### 2.2.2 Tingkatan Pengetahuan

Menurut Modjonotoad dan Soekidjo, Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan:

- a. Tahu (*know*) adalah tingkat pengetahuan terendah, didefinisikan sebagai mengingat kembali materi yang telah dipelajari untuk mengukur apa yang diketahui orang tentang sesuatu.
- b. Pemahaman (*comprehension*) merupakan kemampuan untuk menjabarkan dengan benar apa yang diketahui.
- c. Aplikasi (*aplication*) merupakan kesanggupan untuk menerapkan apa yang telah dipelajari.
- d. Analisis (*analysis*) adalah kemampuan untuk menggambarkan suatu bahan atau objek menjadi sebuah sistem tertentu.
- e. Sintesis (*syntesis*) adalah kemampuan menggabungkan setiap bagian menjadi sebuah kesatuan yang baru.
- f. Evaluasi (*evaluating*) adalah kecakapan untuk meneliti suatu bahan atau objek terhadap kriteria yang diberikan.

### 2.2.3 Indikator Pengetahuan

Menurut Amanda (2019) pengetahuan konsumen di bagi kedalam tiga macam, diantaranya:

- a. Pengetahuan Produk  
Segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi sebuah produk, seperti kategori, harga, dan keyakinan.
- b. Pengetahuan Pembelian

Seluruh informasi yang diperoleh konsumen agar mendapatkan produk, pengetahuan tentang kapan dan dimana suatu produk dapat dibeli.

c. Pengetahuan Pemakaian

Informasi yang didapatkan untuk menggunakan suatu produk dengan benar, karena jika terdapat kesalahan maka dapat menyebabkan produk tidak dapat berfungsi.

## 2.3 Minat

### 2.3.1 Definisi Minat

Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan, dan minat juga menjadi salah satu alasan mengapa seorang manusia memilih sesuatu. Menurut Syah (2010:133) bahwa minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Azhar dan Sikumbang (2018), Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau obyek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (*satisfiers*).

Minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menciptakan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan dapat menghadirkan kepuasan dalam diri (Susanto, 2014).

Pendapat lain dikemukakan oleh Kusumo (2019) yang mengatakan bahwa minat adalah keinginan yang didorong oleh

suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Dapat disimpulkan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Minat juga merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka dan rasa takut karena minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons yang tertarik pada situasi atau objek.

### **2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat. Menurut Rahman dan Abdul (2004), faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Dorongan dari dalam individu. Misal dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
2. Motif sosial. Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-

cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

### **2.3.3 Indikator Minat**

Pada suatu penelitian sangat dibutuhkan adanya indikator yang jelas dan akurat. Untuk memperkecil peluang ketidaksesuaian antara apa yang ditulis dalam proposal penelitian dengan kenyataannya maka harus ditentukan indikator dengan baik. Selain itu indikator pada penelitian harus sederhana sehingga dapat dipahami dan dapat diukur. Terdapat beberapa pendapat mengenai indikator-indikator pada minat yang akan dijadikan sebagai rujukan untuk mengukur variabel minat.

Menurut Ferdinand (2014), minat beli diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk

yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

#### **2.4 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)**

Menurut Paramitha dan Dian (2020) Bank Indonesia resmi merilis standar untuk penggunaan QR Code Indonesia atau QRIS. Setiap penyedia Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis QR wajib menggunakan QRIS yang diatur dalam Bank Indonesia pada ketentuan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran. QRIS merupakan satu-satunya standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI).

QR Code agar satu kode bisa dipakai melalui layanan pembayaran yang berbeda. Standar Nasional QR Code diperlukan untuk mengantisipasi inovasi teknologi dan perkembangan kanal pembayaran menggunakan QR Code yang berpotensi menimbulkan fragmentasi baru industri sistem pembayaran serta untuk memperluas akseptasi pembayaran nontunai nasional secara lebih efisien (Mayanti, 2020).

Dengan satu QR Code, penyedia barang dan jasa (merchant) tidak perlu memiliki berbagai jenis QR Code dari berbagai penerbit. QRIS disusun dengan menggunakan standar internasional europay, mastercard, visa (EMV) Co. Standar ini diadopsi untuk

mendukung interkoneksi yang lebih baik dan bersifat open source (Open Source) serta mengakomodasi kebutuhan spesifik negara sehingga memudahkan interoperabilitas antar penyelenggara, antar instrumen, termasuk antar negara. Saat ini standar tersebut juga telah digunakan di berbagai negara seperti India, Thailand, Singapore, Malaysia, Korea Selatan, dll.

Menurut Paramitha dan Dian (2020) Bank Indonesia sendiri mengusung tema semangat “UNGGUL” dari adanya QRIS, yaitu:

1. Universal QRIS bersifat inklusif, digunakan untuk seluruh lapisan masyarakat dan bisa digunakan untuk transaksi pembayaran di domestik maupun luar negeri.
2. Gampang Masyarakat bisa bertransaksi dengan mudah dan aman cukup dengan menggunakan smartphone/ponsel.
3. Untung QRIS menguntungkan pembeli dan penjual karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang bisa digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel.
4. Langsung Pembayaran dengan QRIS langsung diproses seketika. Karena prosesnya cepat sehingga mendukung kelancaran sistem pembayaran.

Jadi tujuan adanya QRIS ini agar pembayaran digital jadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator dari satu pintu, maksudnya adalah ‘satu sistem untuk semua model pembayaran’. Maka QRIS bisa digunakan di semua merchant yang

kerja sama dengan PJSP seperti OVO, LinkAja, Gopay, DANA, Bukalapak, dan lainnya (Sriekaningsih, 2020).

#### **2.4.1 Kelebihan dan Kekurangan QRIS**

Ada beberapa kelebihan QRIS yang berdampak positif, diantaranya (Paramitha dan Dian (2020) :

1. Pembayaran nontunai lebih efisien Sesuai dengan anjuran pemerintah untuk meningkatkan Gerakan Nontunai ini bisa menjadi salah satu dukungannya, yaitu meningkatkan penggunaan uang elektronik. Di mana untuk memenuhi suatu kebutuhan dalam bertransaksi secara tunai, harus membawa uang kas yang memerlukan tempat dan perhitungan dalam bertransaksi.
2. Antisipasi tindakan kriminal Penggunaan uang elektronik meminimalisir terjadinya tindakan kejahatan, maraknya pencurian dan perampokan di perjalanan juga menjadi risiko tersendiri bagi kita yang sering membawa uang tunai secara berlebihan. Dan juga untuk menghindari scamming oleh para hacker.
3. Persaingan bisnis meningkat Maraknya penggunaan uang elektronik menjadikan masyarakat semakin mudah dalam bertransaksi, dengan ini diharapkan juga diikuti perkembangan dunia bisnis di Indonesia. Bahkan sekarang juga mulai diterapkan di pusat pertokoan, perbelanjaan dan pasar modern.
4. Semua kalangan bisa menggunakan QRIS QRIS bisa dimanfaatkan untuk semua kalangan, baik muda maupun tua,

dan kalangan atas sekaligus kalangan menengah ke bawah. Karena dengan menjamurnya kemudahan IPTEK memicu masyarakat untuk mencoba mengikuti perkembangan jaman ini.

Ada beberapa kelebihan QRIS yang berdampak positif, diantaranya ([goldenfast.net/blog/apa-itu-qrisc/](http://goldenfast.net/blog/apa-itu-qrisc/)) :

### **1. Nominal Transaksi Terbatas**

Ada batasan nominal yang ditentukan untuk sekali transaksi QRIS. Jadi, dalam sekali transaksi, Anda hanya dapat bertransaksi maksimal dua juta rupiah. Jadi, untuk Anda yang ingin bertransaksi di atas 2 juta, kita bisa menggunakan kartu debit, kredit, atau bayar tunai.

### **2. Ancaman Kejahatan Digital**

Ada yang berpikir bahwa membawa uang tunai akan rawan terjadinya pencopetan, maka memilih uang digital akan dirasa lebih aman. Tapi, tentunya ancaman kejahatan itu masih ada sekalipun kita menggunakan alat pembayaran dengan sistem digital. Keamanan infrastruktur sistem pembayaran elektronik ini harus selalu update dan penggunaanya harus bijak agar tidak terkena kejahatan siber karena ancaman kejahatan digital ini selalu mengintai.

### **3. Adanya Biaya Transaksi**

Biaya transaksi QRIS dibebankan kepada merchant. Namun, biaya tersebut dihitung kecil bila dibanding GPN. Biaya

transaksi ini adalah 0,7% dari transaksi. Sedangkan GPN adalah 1%.

Selain manfaat yang didapat, kelemahan dalam penggunaan QRIS untuk saat ini, dikarenakan perkembangan pembangunan di Indonesia yang belum merata ini juga diimbangi belum meratanya jangkauan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) untuk masyarakat. Masih banyak jaringan internet di Indonesia yang belum stabil. Bahkan di beberapa daerah pun penggunaan handphone masih hanya dinikmati kaum millennial. Tentunya ini menjadi tidak merata dalam segi penggunaannya, untuk masyarakat yang tergolong ekonomi rendah dan usia tua belum sepenuhnya paham mengoperasikan gadget (Paramitha dan Dian, 2020).

## **2.5 Generasi Z**

Generasi Z disebut juga dengan generasi internet atau iGeneration (Putra, 2016). Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995 hingga tahun 2010, hal ini menunjukkan bahwa usia para generasi Z di tahun 2022 adalah kisaran umur 12 tahun sampai 27 tahun. Generasi Z merupakan generasi yang berkomunikasi melalui video, banyak menghabiskan waktu dengan 41 gadget untuk mengakses sosial media dan lebih memilih hiburan daripada mengunjungi ruang pameran.

Generasi Z memiliki ciri-ciri dan karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Maka dari itu untuk menghadapi generasi Z tidak akan sama seperti menghadapi generasi

sebelumnya. Karakteristik generasi Z yang paling kuat adalah akses dan ketergantungan mereka terhadap teknologi, gadget, dan internet. Generasi Z bukanlah generasi yang sangat bersemangat membaca narasi melalui buku-buku cetak. Mereka lebih menikmati informasi-informasi yang bersebaran di internet, terutama yang berbentuk audio dan visual (Gazali, 2019).

Menurut Gazali (2019) generasi Z memiliki beberapa karakteristik, antara lain sebagai berikut:

a. *Multitasking*

Karakteristik pertama yang sangat menggambarkan generasi Z adalah *multitasking*. Generasi Z mampu mengerjakan beberapa aktivitas atau pekerjaan dalam waktu yang bersamaan. Mereka dapat belajar dengan melihat laptop sambil mendengarkan lagu dari internet, mereka juga dapat membalas pesan singkat atau mengangkat telepon sambil mengemudi, mengakses media media melalui gadget, mencari rujukan penting untuk menyelesaikan tugas, serta mendengarkan musik sambil bermain *games*.

b. Teknologi

Generasi Z adalah generasi yang sangat ahli dan sangat bergantung pada teknologi. Mereka lahir ketika kemajuan teknologi sudah san, terutama gadget dan internet. Sejak dini mereka sudah diperkenalkan dengan teknologi. Hal ini membuat mereka tumbuh dan berkembang bersamaan dengan perkembangan zaman modern.

- c. Terbuka Generasi Z merupakan generasi yang sangat terbuka terhadap hal-hal baru, memiliki rasa penasaran yang sangat tinggi dan selalu ingin mencoba hal-hal baru.
- d. Audio-visual Generasi Z adalah generasi yang lebih menikmati audio dan visual daripada teks berupa tulisan-tulisan, sehingga generasi Z lebih menyukai gambar, video, grafis dan bentuk audio-visual lainnya.
- e. Kreatif Teknologi terutama gadget dan internet merupakan gaya hidup bagi generasi Z. Mereka akan mendapatkan banyak informasi ketika bermain gadget sehingga menjadikan mereka sebagai sosok yang kreatif.
- f. Inovatif Generasi Z sering dianggap sebagai sosok yang memiliki rasa tidak puas terhadap keadaan hari ini, sehingga mereka terus mencoba untuk menghadirkan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah hidupnya.
- g. Kritis Generasi Z selalu memanfaatkan teknologi ketika ingin melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan sehingga mereka tidak akan pernah terlepas dari teknologi. Dengan teknologi di genggamannya, mereka mampu mengakses dan mendapatkan berbagai informasi apapun, hal ini menjadikan mereka lebih kritis terhadap apa yang mereka lihat. Mereka kritis kepada pandangan orang lain karena mereka suka mencari data dan informasi sendiri tentang persoalan yang ada.
- h. Kolaborasi Generasi Z menganggap era kompetisi sudah berakhir. Mereka lebih menikmati ketika bekerja sama dengan

sesama generasi mereka untuk mencari jawaban atas suatu permasalahan yang dihadapinya.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan. Dalam studi literatur ini peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai bahan rujukan dalam memperkuat teori penelitian yang sekarang, dikemukakan untuk memperjelas perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian ini :

1. Hutami et al., (2021), dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) ..... Pada Mahasiswa”. Peneliti menggunakan studi dan metode yang sama dengan peneliti saudari Hutami et al, yaitu meneliti pada mahasiswa dan metode kuantitatif, yang membedakan adalah peneliti sudari Hutami et al menggunakan variabel X (Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko) dan variable Y (Keputusan).
2. Oktoviana (2020), dengan judul penelitian “Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran

Digital”. Peneliti menggunakan variabel yang sama dengan peneliti saudara Oktaviana yaitu dengan menggunakan variabel Y (minat), yang membedakan adalah peneliti saudara Oktaviana menggunakan variabel X (preferensi, QRIS, persepsi, digital).

3. Sihaloho et al., (2020) Membahas tentang Implementasi Sistem Pembayaran QRIS Bagi Perkembangan UMKM di Medan. Peneliti menggunakan variabel yang sama dengan peneliti saudara/i Sihaloho et al yaitu dengan menggunakan variabel Y (minat) dan variabel X (pengetahuan), yang membedakan adalah peneliti saudara/i Sihaloho et al, menggunakan variabel X (manfaat dan resiko).
4. Humairoh et al., (2020) Membahas tentang Pertimbangan dan Sikap Milenial Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. Peneliti menggunakan variabel yang sama dengan peneliti saudara/i Humairoh et al, yaitu sama menggunakan Variabel Y (Minat), yang membedakan adalah peneliti saudara/i Humairoh et al, menggunakan variabel X (citra merek, sikap, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, pertimbangan milenial).
5. Lailatul Hikmah (2018), Pengaruh Uang Elektronik terhadap Efisiensi Pembayaran Transportasi di Wilayah Jabodetabek Studi Kasus Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Peneliti menggunakan studi dan

metode yang sama dengan peneliti saudara Lailatul Hikmah, yaitu meneliti pada mahasiswa dan menggunakan metode kuantitatif, yang membedakan adalah peneliti saudara Lailatul Hikmah menggunakan variabel X (uang elektronik) dan variable Y (efisiensi pembayaran transportasi).

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

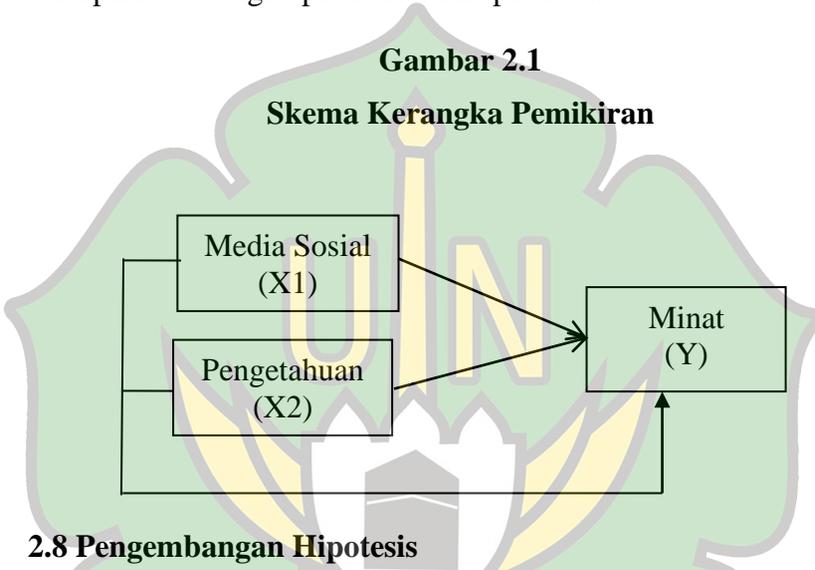
No	Nama Peneliti & Judul	Hasil Penelitian
1.	Hutami et al., (2021), dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa”.	Hasil Penelitian yaitu Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara statistik, variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta.
2.	Oktoviana, B., (2020), dengan judul penelitian “Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital”.	Hasil Penelitian yaitu secara simultan seluruh faktor persepsi memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital, sedangkan berdasarkan hasil pengujian individual, faktor persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya diperoleh hasil

		berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS.
3.	Sihaloho et al., (2020). “Implementasi Sistem Pembayaran QRIS Bagi Perkembangan UMKM di Medan”. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 17, No 2.	Berdasarkan hasil yang diperoleh oleh peneliti dan hasilnya QRIS dapat membantu pedagang UMKM di Medan, dan keberadaan QRIS sangat mendukung proses transaksi pedagang.
4.	Humairoh et al., (2020) Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi, Vol 03, No 02. “Pertimbangan dan Sikap Mullenial Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet : Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang”	Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti mengatakan bahwa citra merek, persepsi kemudahan, pertimbangan milenial, sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan. Dan variabel lainnya tidak berpengaruh, ataupun tidak nyata.
5.	Lailatul Hikmah (2018), Pengaruh Uang Elektronik terhadap Efisiensi Pembayaran Transportasi di Wilayah Jabodetabek. Studi Kasus Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.	Terdapat pengaruh uang elektronik terhadap efisiensi pembayaran transportasi.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui permasalahan yang akan dibahas, maka di perlukan kerangka penelitian untuk mempermudah menggambarkan konsep dari penelitian secara menyeluruh. Berikut merupakan kerangka penelitian dari penelitian ini :

**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**



## 2.8 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2017). Hipotesis bersifat sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada data-data empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner. Adapun pengembangan hipotesis pada penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

### 2.8.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap minat

Media sosial saat ini banyak digunakan sebagai pusat informasi dibandingkan dengan media lainnya. Satu dari

Keunggulan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Media Sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu pemasaran produk dan layanan, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merek, mengurangi biaya dan untuk penjualan online. Dengan demikian apabila perbankan syariah memanfaatkan teknologi dengan baik untuk melakukan pemasaran produk-produknya tentu akan mempengaruhi minat mahasiswa terutama generasi Z karena mereka selalu memanfaatkan teknologi informasi ketika beraktivitas dan sangat aktif di media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Bintang (2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara media sosial dengan minat beli konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Deru dan Jovita (2017) menunjukkan bahwa Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara media sosial Instagram terhadap minat beli pengunjung *Floating Market*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Ar-raniry Banda Aceh dalam menggunakan QRIS.

### **2.8.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat**

Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal dan pikirannya untuk mengenali benda dan kejadian yang belum dilihat sebelumnya. Manusia hakikatnya merupakan makhluk

pemikir, perasa, bersikap, dan bertindak. Pengetahuan merupakan dasar tindakan yang dilakukan seseorang dalam memutuskan untuk menggunakan sesuatu yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen adalah pengetahuan dapat memberikan dampak dalam pengambilan keputusan masyarakat untuk memilih jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada. Setiap orang di lingkungan berbeda pasti mempunyai pengetahuan yang berbeda (Gampu dkk, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan Astuti (2018), Akmal (2021) mengemukakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Penelitian (Widowati, 2018) menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Ar-raniry Banda Aceh dalam menggunakan QRIS.

### **2.8.3 Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Secara Simultan Terhadap Minat**

Banyaknya pengguna media sosial merupakan suatu fenomena tersendiri di era digital saat ini. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak profit sebuah bisnis. Ditengah maraknya pengguna internet dari tahun ke tahun, semakin banyak

pula bisnis yang telah dirintis melalui media sosial. Selain media sosial menjadi faktor lain yang dapat menumbuhkan minat seorang dalam mencari pengetahuan. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetio dan Hariyani (2020) bahwa media sosial dan pengetahuan secara simultan menunjukkan bahwa motivasi dalam penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub> : Media Sosial dan Pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Ar-raniry Banda Aceh dalam menggunakan QRIS.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya (Arikunto, 2019).

Jenis penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Penelitian ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) di Kalangan Generasi Z terutama mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

##### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang terdiri dari Jurusan Perbankan Syariah, Ilmu Ekonomi dan Ekonomi Syariah

## 3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah kelompok generasi Z yang berusia 18-24 tahun atau usia mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Peneliti akan mengambil seluruh mahasiswa Aktif dan Non Aktif FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berjumlah 2.003 mahasiswa yang terdiri dari 765 mahasiswa Prodi Perbankan Syariah, 504 mahasiswa Prodi Ilmu Ekonomi, dan 734 mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah.

**Tabel 3.1**

#### **Jumlah Responden**

<b>MAHASISWA FEBI UIN AR-RANIRY</b>		
<b>Nama Prodi</b>	<b>Aktif</b>	<b>Non Aktif</b>
Perbankan Syariah	732	33
Ilmu Ekonomi	430	74
Ekonomi Syariah	682	52
<b>Jumlah Responden</b>		<b>2.003</b>

Sumber dari Prodi, 2022

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Pada penelitian

ini jumlah sampel ditentukan berdasarkan pengembangan rumus Isaac dan Michael. Peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael karena jumlah populasi sudah diketahui untuk taraf kesalahan 10%. Rumus Isaac dan Michael yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

S : Jumlah sampel

$\lambda$ : Chi Kuadrat dengan derajat kebebasan = 1, taraf kesalahan 10% = 2,706

N: Jumlah populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : Derajat ketetapan (0,05)

Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan taraf kesalahan 10% atau 0,1 yang berarti tingkat kebenarannya adalah 90%. Alasan peneliti memilih taraf kesalah 10% dikarenakan jumlah populasi yang cukup besar dengan keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti baik dari segi waktu, tenaga maupun dana yang tersedia. Maka perhitungan untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{2,706 \cdot 2003 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,05)^2 (2003-1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$S = \frac{1.355,0295}{5,005 + 0,6765}$$

$$S = \frac{1.355,0295}{5,6815}$$

$$S = 238,4$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah 238 responden yang terdiri dari kelompok generasi Z yaitu mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan jenis *proporsional random sampling*, dimana teknik tersebut dilakukan apabila populasi mempunyai unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2014:118).

Perhitungan jumlah sampel dengan teknik *proporsional random sampling*, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 3.2**  
**Proportionate Random Sampling**

Prodi	Ukuran Sampel (S) dari Jurusan	Responden per Jurusan
Perbankan Syariah	$(765/2.003) \times 238 = 90,8$	91
Ilmu Ekonomi	$(504/2.003) \times 238 = 59,8$	60
Ekonomi Syariah	$(734/2.003) \times 238 = 87,2$	87
Total Responden		238

Sumber : Data diolah, 2022

### 3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden terkait minat penggunaan QRIS.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan penelitian lapangan dan metode yang diambil dalam pengumpulan data yaitu kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik kuesioner merupakan teknik yang efisien apabila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015).

Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada responden secara online melalui Google Form sehingga dapat menjangkau seluruh responden. Responden merupakan orang-orang yang memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

Pada penelitian ini kuesioner (angket) yang digunakan untuk mengukur nilai dari setiap variabel, yang terdiri dari variabel bebas Media Sosial ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ), dan variabel terikat yaitu Minat Mahasiswa ( $Y$ ).

### **3.5 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2016). Kemudian penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018).

Untuk pengukuran variabel yang dilakukan yaitu dengan memberikan bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dan jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu :

**Tabel 3.3**  
**Instrumen Skala Likert**

No	Kriteria	Skor
1	Sangat tidak setuju (STS)	1
2	Tidak setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat setuju (SS)	5

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variable adalah atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (*independent*) yaitu Media Sosial ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu Minat Mahasiswa (Y). Pernyataan item ini di adopsi dari beberapa kuesioner penulis lain yang sudah dinyatakan valid sehingga bisa untuk melanjutkan penelitian. Beberapa pernyataan item yang diambil diantaranya :

- a. Variable media sosial yang diambil dari Endang Maulana (2020) “Pengaruh Penggunaan Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Usaha Kecil Keripik Pisang Di Kecamatan Ujung Bulu, Kelurahan Caile, Kabupaten Bulukumba”.

- b. Variable pengetahuan yang diambil dari Dulmen Saif Siregar (2021) “Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS)”.
- c. Variable Minat yang diambil dari Marliza (2021) “Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Elektronik GOPAY”.

Adapun tabel operasionalisasi variabel yaitu :

**Tabel 3.4**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	Variable Penelitian	Indikator	Pernyataan Item
1.	Media Sosial (X <sub>1</sub> )	Kemudahan	Media sosial memudahkan interaksi dengan penjual Media sosial membantu saya memperoleh informasi mengenai QRIS
		Kepercayaan	Informasi yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan
			Informasi yang ditampilkan sesuai dengan ekspektasi pembeli Saya merasa informasi di media sosial cukup menarik
2.	Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	Pengetahuan Produk	Saya pernah mendengar tentang QRIS Saya mengetahui ciri-ciri dan karakteristik QRIS
		Pengetahuan Pembelian	QRIS sangat aman dan nyaman dalam pembayaran
		Pengetahuan Pemakaian	Dengan menggunakan QRIS lebih memudahkan saya dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun

			Aplikasi penyedia layanan jasa pembayaran QRIS mudah di download
3.	Minat (Y)	Minat Transaksional	Dalam melakukan transaksi saya berminat untuk menggunakan QRIS
		Minat Referensial	Saya berniat untuk mereferensikan QRIS kepada orang lain
		Minat Preferensial	Saya berminat untuk selalu menggunakan QRIS dalam setiap transaksi yang saya lakukan
		Minat Ekploratif	Saya tertarik untuk lebih tahu mengenai informasi dalam menggunakan QRIS

### 3.7 Metode dan Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisa dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan adalah:

#### 3.7.1 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan pada penelitian ini sudah valid dan

reliabel untuk mengumpulkan data. Adapun uji keabsahan data pada penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

### **3.7.1.1 Uji Validitas**

Pengujian ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsinya. Alat ukur yang valid berarti alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Tinggi rendahnya validitas ditentukan oleh satu angka yang disebut dengan koefisien validitas (Yaya, 2015). Validitas dilakukan dengan cara membandingkan r-hitung dan r-tabel dengan ketentuan:

Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka data valid

Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka data tidak valid

### **3.7.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas data adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik Cronbach alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai Cronbach Alpha di atas 0,6 sedangkan jika nilai Cronbach alpha  $< 0,6$  maka dikatakan tidak reliabel atau handal (Yaya, 2015). Pengujian alpha akan dilakukan pada tiap bagian variabel independen dan variabel dependen.

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam sebuah penelitian.

#### 3.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov Smirnov*.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji KolmogorovSmimov. Pengujian hipotesis sebagai berikut:

- a. Nilai Sig atau probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal
- b. Nilai Sig atau probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi data normal.

#### 3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variable bebas (Ghozali, 2018). Hasil yang diharapkan pada pengujian ini adaah tidak terjadinya kolerasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisa matrik kolerasi antar variabel

independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian.

### **3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah data yang bersifat homokedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan uji glejser sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu jika variabel independen signifikan lebih kecil dari 0,05 atau 5% secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terjadi heteroskedasitas. Jika variabel independen signifikan lebih besar dari 0,05 atau 5% secara statistik tidak mempengaruhi variabel dependen, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap

satu variabel terikat. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas yakni media sosial dan pengetahuan. Selanjutnya pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat yakni minat. Persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Variabel Dependen  
a : Konstanta  
b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi pada variabel  
X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> : Variabel Independen  
E : *Error Term*

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari jawaban sementara. Hipotesis juga dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variable-variable bebas secara parsial terhadap variable terikat dan pengaruh antara variable-variable bebas secara simultan terhadap variable terikat.

#### 3.8.1 Uji parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk mengetahui variable independen secara individu berpengaruh terhadap variable dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen (Ghozali,

2018). Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Media Sosial ( $X_1$ ) Terhadap Minat (Y)

$H_{01}$  :Tidak terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

$H_{a1}$  :Terdapat pengaruh signifikan antara Media Sosial terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

2. Pengaruh Pengetahuan ( $X_2$ ) Terhadap Minat (Y)

$H_{01}$  :Tidak terdapat pengaruh signifikan antara media pengetahuan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

$H_{a2}$  :Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

Uji t dapat dilakukan setelah perhitungan, apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara media sosial dan pengetahuan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

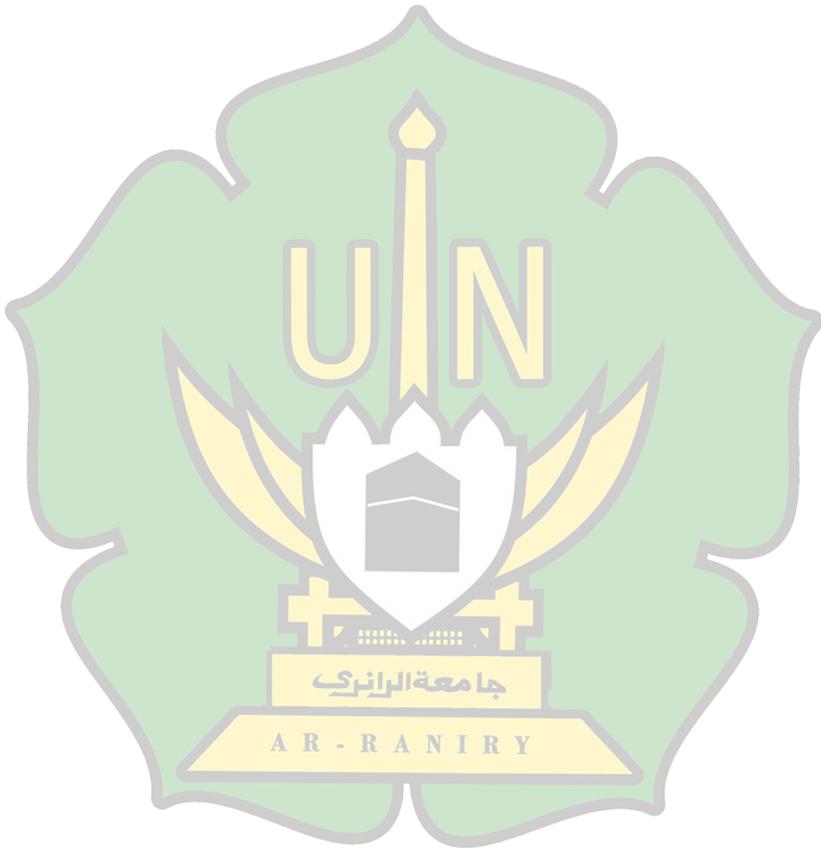
$H_a$  : Terdapat pengaruh secara simultan antara media sosial dan pengetahuan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

Caranya dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ . jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $< 0,05$  atau 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $> 0,05$  atau 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **3.9 Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dan hubungan antar variabel dependen. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian**

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh secara resmi disahkan berdasarkan peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tanggal 1 Oktober 2013 dan Peraturan Menteri Agama (PMA) Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Sebelumnya lembaga pendidikan tinggi ini bernama IAIN ArRaniry yang dikukuhkan pada tanggal 5 Oktober 1963, sebagai IAIN ketiga setelah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Fakultas Syariah berdiri pada tahun 1960 merupakan fakultas pertama dalam lingkungan kelembagaan IAIN Ar-Raniry dan diteruskan dengan Fakultas Tarbiyah pada tahun 1962, sebagai cabang dari IAIN sunan Kalijaga Yogyakarta, kemudian pada tahun 1962 didirikan Fakultas Ushuluddin, sebagai fakultas ketiga yang diamanatkan untuk menyelenggarakan pendidikan di lembaga ini (Paduan Akademik, 2018/2019). Sebutan Ar-Raniry dinisbahkan kepada nama belakang seorang ulama besar dan mufti kerajaan Aceh Darusalam yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar tsani (1637-1641), yaitu Syeikh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Rani (sekarang Rander) di india. Ulama ini telah memberikan sumbangan besar terhadap pemikiran Islam di Nusantara pada umumnya dan Aceh

khususnya. Sejak berdiri sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi Islam, UIN Ar-Raniry telah menunjukkan strategi dalam pembangunan dan perkembangan masyarakat. Dengan misi dan melalui alumni yang merata dihampiri seluruh instansi pemerintah dan Swasta, tidaklah berlebihan untuk disebutkan bahwa lembaga ini telah berada dan menjadi “jantung masyarakat Aceh” (Panduan Akademik, 2018/2019).

Perkembangan UIN Ar-Raniry disamping terus berbenah diri, telah membuka sejumlah program studi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tidak hanya itu, dalam upaya menyempurnakan keberadaannya, lembaga ini juga telah membuka Program Magister (S-2) pada tahun 1989 dan Program Doktor (S3) Fiqih Moderen pada tahun 2002, dan S-3 pendidikan Islam Pada tahun 2008. Pada tahun 2014 UIN Ar-Raniry membuka 4 fakultas baru yaitu fakultas Ilmu Sosial dan Pemerintahan, Fakultas Psikologi, Fakultas Sains dan Teknologi, serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan demikian UIN Ar-Raniry saat ini memiliki sembilan (9) fakultas dan empat puluh tiga (43) Prodi (Panduan Akademik 2018/2019). Salah satu fakultas baru pada UIN Ar-Raniry adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Para ahli yang lulus dari fakultas ini diupayakan tidak hanya memahami prinsip ilmu ekonomi syariah, tapi mampu bermain di wilayah praktis dan tenaga profesional. Pada fakultas ini diarahkan untuk menjadi banker profesional dibidang perbankan syariah seperti audit keuangan atau staf audit, kelola keuangan perusahaan atau staf

treasury. handle operasional bank atau staf lending, dan bidang kerja lainnya. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu menjadikan sarjana yang unggul dalam mengembangkan internasional. Adapun visi misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai berikut (Panduan Akademik, 2018/2019):

**- Visi:**

Unggul dan berkembang keilmuan ekonomi dan bisnis berdasarkan nilai-nilai ke-Islaman bertaraf internasional 2030.

**- Misi:**

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis islam berlandaskan nilai-nilai Islam yang berwawasan internasional.
- b. Melahirkan intelektual yang berkompeten secara teoritis dan praktis dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam, mempunyai jiwa kewirausahaan, berakhlak mulia dan bertanggung jawab sosial.
- c. Mengembangkan tradisi riset dan kreatif dalam penelitian ekonomi dan bisnis Islam secara multidisipliner yang bermanfaat dunia dan akhirat.
- d. Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan yang amanah
- e. Menjalani kerja sama dengan stakeholder dalam mengimplementasikan ekonomi dan bisnis Islam melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.
- f. Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan yang amanah dan profesional

- g. Meningkatkan kualitas dosen dalam bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat bertaraf internasional.
- h. Meningkatkan sarana Prasarana pendidikan yang memadai, mandiri dan berkualitas.
- i. Mendirikan pusat studi ekonomi dan bisnis islam yang menjadi rujukan dalam bidang ekonomi dan keuangan Islam.

Adapun saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai tiga prodi yaitu sebagai berikut:

- a. Ekonomi Syariah,
- b. Perbankan Syariah.
- c. Ilmu Ekonomi.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Responden pada penelitian ini adalah generasi Z yang berusia 18-24 tahun atau usia mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Peneliti membagikan kuesioner kepada seluruh responden dengan jumlah 238 responden secara online melalui *Google Form*. Karakteristik responden pada penelitian ini dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia responden, dan program studi.

##### **4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka jenis kelamin pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu laki-laki dan perempuan. Pengelompokan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	104	43,7%
Perempuan	134	56,3%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin dari 238 generasi Z di FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang terpilih didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu 134 orang (56.3%) sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 104 orang (43,7%).

#### **4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berikut data berdasarkan usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
< 19 Tahun	43	18,1%
20-21 Tahun	59	24,8%
22-23 Tahun	111	46,6%
> 24 Tahun	25	10,5%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa usia responden dari 238 generasi Z di FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang terpilih didominasi oleh responden dengan usia 22-23 tahun yaitu 111 orang (46,6%), kemudian responden dengan usia 20-21 tahun yaitu 59 orang (24,8%), kemudian responden dengan usia < 19 tahun yaitu 43 orang (18,1%), dan responden dengan usia >24 tahun yaitu 25 orang (10,5).

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Berikut data berdasarkan program studi, maka responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi**

<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Perbankan Syariah	91	38,2%
Ekonomi Syariah	87	36,6%
Ilmu Ekonomi	60	25,2%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan data pengelompokan responden berdasarkan program studi dapat dilihat bahwa jumlah responden yang didominasi berasal dari program studi Perbankan Syariah berjumlah 91 orang (38,2%), responden yang berasal dari program studi Ekonomi Syariah berjumlah 87 orang (36,6%), dan responden

yang berasal dari program studi Ilmu Ekonomi berjumlah 60 orang (25,2%).

#### 4.3 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan pada penelitian ini sudah valid dan reliabel untuk mengumpulkan data. Adapun uji keabsahan data pada penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji realibilitas.

##### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini di olah menggunakan SPSS Statistic Version 26. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dengan skor total pada tingkat signifikan 5% dengan jumlah sampel 238 orang. Untuk pengujian validitas nya, Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut tidak valid. Pada penelitian ini diketahui r tabel sebesar 0,127

Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 238 responden dengan memberikan 14 pernyataan yang dibagi menjadi 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Hasil uji validitas untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Media Sosial	X1.1	0,851	0,127	Valid

(X <sub>1</sub> )	X1.2	0,796	0,127	Valid
	X1.3	0,888	0,127	Valid
	X1.4	0,842	0,127	Valid
	X1.5	0,795	0,127	Valid
Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,728	0,127	Valid
	X2.2	0,717	0,127	Valid
	X2.3	0,799	0,127	Valid
	X2.4	0,784	0,127	Valid
	X2.5	0,580	0,127	Valid
Minat (Y)	Y1	0,788	0,127	Valid
	Y2	0,713	0,127	Valid
	Y3	0,834	0,127	Valid
	Y4	0,660	0,127	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  memiliki nilai positif dan lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ .

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji seberapa andal hasil dari suatu pengukuran itu dapat dipercaya maka diperlukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*), jika nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh lebih besar

dari 0,60 maka hasil yang diperoleh reliable. Uji reliabilitas untuk pengukuran ini adalah :

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Batas Cronbach Alpha	Keterangan
Media Sosial ( $X_1$ )	0,888	0,60	Reliable
Pengetahuan ( $X_2$ )	0,768		Reliable
Minat (Y)	0,738		Reliable

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel diatas menjelaskan bahwa variabel media sosial ( $X_1$ ) memperoleh nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,888, pengetahuan ( $X_2$ ) 0,768, dan minat (Y) 0,738. Jika nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh lebih besar dari batas *Cronbach Alpha* yaitu 0,60, maka disimpulkan variabel media sosial ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan minat (Y) dapat dikatakan reliable.

**4.4 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang bertujuan menemukan penyimpangan yang terjadi selama penelitian. Terdapat 3 macam uji yang termasuk dalam uji asumsi klasik yaitu: uji normalitas, multikolonieritas dan heteroskedastisitas.

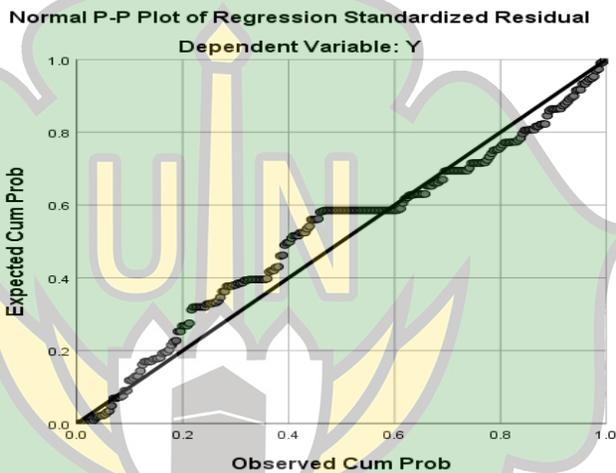
**4.4.1 Uji Normalitas**

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal maka diperlukan uji normalitas. Data yang baik dan layak digunakan

adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan pengolahan SPSS VERSI 26.

Menghasilkan grafik sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot**



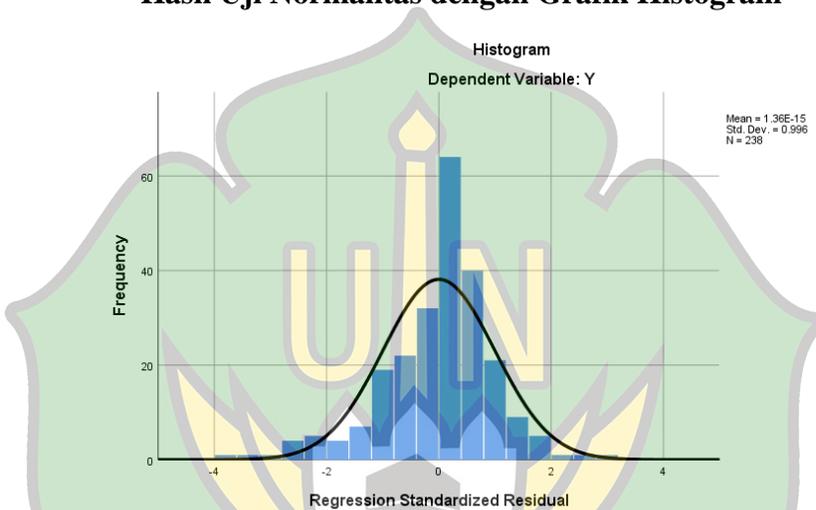
Sumber : Data diolah, 2022

Uji normalitas p-plot pada gambar 4.1 dapat disimpulkan butir data berada di sepanjang arah diagonal atau titik tersebar disekitar diagonal, artinya data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam sebuah penelitian.

Peneliti juga menggunakan grafik histogram untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Dari gambar 4.2 dapat dilihat

bahwa distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga data berdistribusi normal.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram**



Sumber : Data diolah, 2022

#### 4.4.2 Uji Multikolonieritas

Pada uji multikolonieritas ini peneliti melihat *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji multikolonieritas dengan menggunakan metode tolerance dan VIF memiliki kriteria apabila nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$  maka data yang diuji bebas dari multikolonieritas, namun apabila nilai VIF  $> 10$  dan nilai tolerance  $< 0,1$  maka data yang diuji terdapat multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**  
**coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.664	1.506
	X2	.664	1.506
a. Dependent Variable : Minat (Y)			

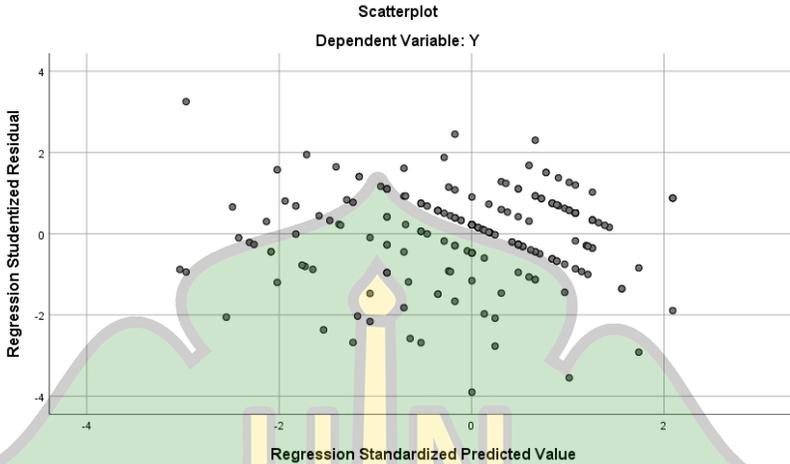
Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel media sosial ( $X_1$ ) memiliki nilai *tolerance*  $0,664 > 0,10$  dan nilai VIF  $1.506 < 10$ . Variabel pengetahuan ( $X_2$ ) nilai *tolerance*  $0,664 > 0,10$  dan nilai VIF  $1.506 < 10$ . Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa setiap variabel idependen tidak terjadi multikolonieritas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variabel dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi maka dilakukan uji heteroskedastisitas. Ketentuan pada uji heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot apabila titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar nol, penyebatran titik-titik tersebut rata artinya tidak mengumul di atas *saja atau dibawah saja dan penyebaran titik-titik data tidak* membentuk pola dan tidak berpola maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar nol. Penyebaran titik-titik tersebut rata artinya tidak mengumpul di atas saja atau di bawah saja. Selain itu penyebaran titik-titik dan tidak membentuk pola dan tidak berpola. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **4.5 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antar variabel bebas ( $X$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Pada penelitian ini variabel bebas adalah media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan ( $X_2$ ), sedangkan variabel

terikat adalah minat (Y). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

**coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.491	.964
	X1	.258	.033
	X2	.352	.056
a. Dependent Variable: Y			

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas yang diperoleh dari hasil analisis data dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* maka diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3.491 + 0,258 X_1 + 0,352 X_2 + e$$

Dari model tersebut, dapat dijelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen:

- Nilai konstanta adalah 3.491 atau  $\alpha = 3.491$ . Apabila variabel independen media sosial ( $X_1$ ), dan pengetahuan ( $X_2$ ) adalah 0 (nol) atau konstan. Dengan demikian variabel independen akan meningkat sebesar 3.491.

- b. Nilai variabel media sosial ( $X_2$ ) sebesar 0,258, jika variabel meningkat 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan, maka variabel minat (Y) meningkat sebesar 25,8 satuan. Oleh karena itu, koefisien regresi untuk variabel media sosial ( $X_2$ ) bernilai positif artinya jika semakin tinggi nilai variabel media sosial maka minat akan meningkat.
- c. Nilai variabel pengetahuan ( $X_2$ ) sebesar 0,352, jika variabel meningkat 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan, maka variabel minat (Y) meningkat sebesar 35,2 satuan. Oleh karena itu, koefisien regresi untuk variabel pengetahuan ( $X_2$ ) bernilai positif artinya jika semakin tinggi nilai variabel pengetahuan maka minat akan meningkat.

#### **4.6 Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan penetapan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Hipotesis nol ( $H_0$ ) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terdiri dari uji t dan uji F.

##### **4.6.1 Uji Parsial (Uji-t)**

Uji T bertujuan mengetahui pengaruh variabel bebas media sosial ( $X_1$ ), dan pengetahuan ( $X_2$ ), mempengaruhi variabel terikat

minat (Y). Untuk melihat apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan taraf signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya. Untuk lebih rinci dan jelas lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Uji Parsial (Uji-t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.621	.000
	X1	7.840	.000
	X2	6.230	.000
a. Dependent Variable: Y			

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel media sosial ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  7.840 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,970 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti media sosial ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y).
2. Pada variabel pengetahuan ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  6.230 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,970 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} >$

$t_{\text{tabel}}$  dengan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengetahuan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ( $Y$ ).

#### 4.6.2 Uji Silmutan (Uji-F)

Uji simultan (uji-F) bertujuan untuk mengetahui variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini variabel bebas adalah media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikat adalah minat ( $Y$ ). Apabila nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  dan nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila nilai  $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$  dan nilai sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai  $f_{\text{tabel}}$  pada taraf 5% yang diperoleh dari  $f_{\text{tabel}} = f(k; n-k) = f(3; 238-3) = (3; 235) = 2,643$ . Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.9**  
**Uji Silmutan (Uji-F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505.370	2	252.685	118.204	.000 <sup>b</sup>
	Residual	502.361	235	2.138		
	Total	1007.731	237			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa diperoleh nilai  $f_{hitung}$  118,204 dengan nilai  $f_{tabel}$  yaitu 2,643 yang menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa digital media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ( $Y$ ).

#### 4.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur dan mengetahui seberapa jauh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.10**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.497	1.462

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,497. Hal ini berarti kemampuan

variabel independen yaitu media sosial dan pengetahuan dalam menjelaskan variabel dependen yaitu minat adalah sebesar 0,497 atau 49,7%. Sedangkan sisanya 50,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikut sertakan pada penelitian ini seperti persepsi manfaat, pemahaman, dan kemudahan penggunaan yang dapat menjelaskan variabel minat.

## **4.8 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.8.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan QRIS**

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  dan juga nilai signifikan. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial pada penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  7.840 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,970 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa atau generasi Z dalam menggunakan QRIS.

Terjadi pengaruh positif dan signifikan antara digital marketing terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada penggunaan QRIS karena dengan adanya media sosial dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk mencari informasi mengenai QRIS dengan menggunakan internet dan *smartphone* sehingga dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Deru R. Indika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Ekonomi Universitas Padjajaran, Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi media sosial instagram yang menonjolkan sharing foto atau gambar terbukti punya korelasi kuat dalam memengaruhi minat beli konsumen dan memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Larasati & Oktivera, 2019) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara media sosial terhadap minat dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

Selain itu, tanpa melihat hasil statistik sebenarnya variabel media sosial dapat mempengaruhi minat generasi Z atau pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada penggunaan QRIS. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa yang merupakan kelompok generasi Z akan selalu memanfaatkan teknologi informasi ketika beraktivitas dan sangat aktif di media sosial. Mereka lebih senang menghabiskan waktu luang untuk mengakses internet daripada bermain di luar rumah. Dengan demikian, apabila

perbankan syariah lebih giat mempromosikan QRIS dengan memanfaatkan digital tentu akan mempengaruhi minat generasi Z untuk menggunakan pembayaran melalui QRIS.

#### **4.8.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan QRIS**

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  dan juga nilai signifikan. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial pada penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  6.230 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,970 yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengetahuan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat minat mahasiswa atau generasi Z dalam menggunakan QRIS.

Terjadi pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada penggunaan QRIS karena dengan adanya pengetahuan mahasiswa lebih mudah mengenali fitur yang dapat melakukan pembayaran

sehingga mahasiswa tidak perlu lagi memakai uang tunai agar memudahkan uang kembalian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rif'at Maulidi (2018), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah. Hal ini memberikan peluang kepada bank syariah untuk meningkatkan fitur QRIS serta melakukan edukasi tentang fitur QRIS melalui media elektronik. Karena semakin meningkatnya pengetahuan, maka kecenderungan minat mahasiswa atau generasi Z untuk menggunakan QRIS semakin meningkat.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Zubair Hippy (2014) bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmana Sari (2017) bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

#### **4.8.3 Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Secara Simultan Terhadap Minat Menggunakan QRIS**

Berdasarkan hasil uji statistik simultan menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $f_{hitung}$  118,204 dengan nilai  $f_{tabel}$  yaitu 2,643 yang menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa digital media sosial dan pengetahuan secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa atau generasi Z dalam menggunakan QRIS.

Jika dilihat dari koefisien determinasi R (Adjust R Square) yang dihasilkan dari uji penelitian ini sebesar 49,7% dari variabel independen media sosial ( $X_1$ ), dan pengetahuan ( $X_2$ ), dapat mempengaruhi variabel dependen minat menggunakan QRIS (Y). Artinya, memiliki koefisien tingkat keeratan yang kuat menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki besaran sebesar 49.7%. Variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 50,3%.

Dengan demikian sesuai dengan hipotesis ketiga menjadi jawaban dari rumusan masalah yaitu menjelaskan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel media sosial ( $X_1$ ) dan pengetahuan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu minat (Y) pada generasi Z atau mahasiswa.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan penjelasan yang diperoleh tentang Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Quick Responses Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Generasi Z Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Maka dapat disimpulkan bahwa:

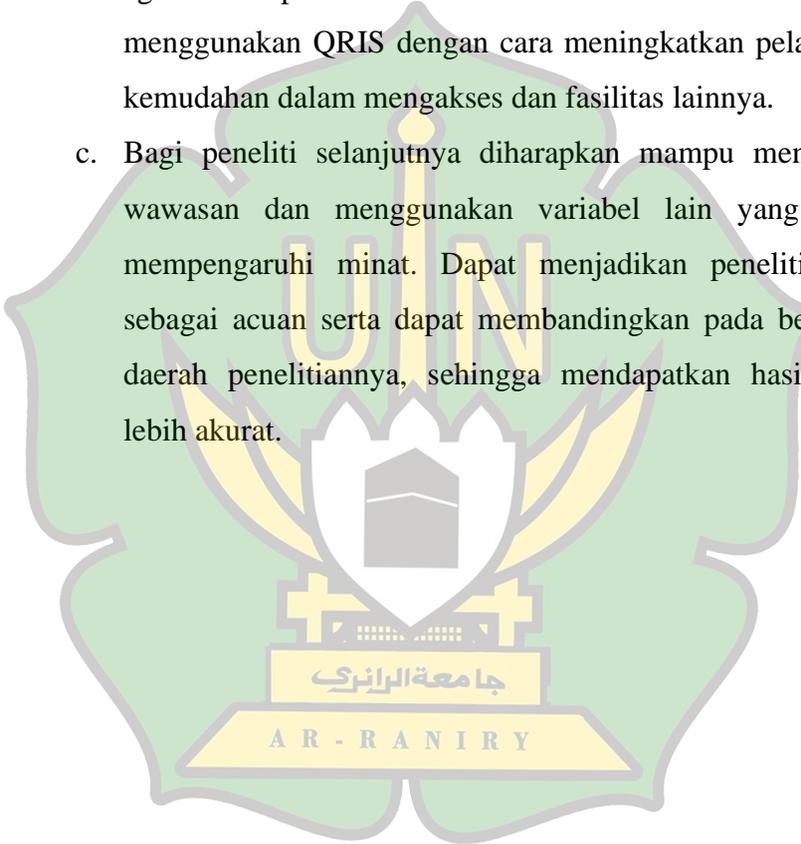
1. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa atau generasi Z dalam menggunakan QRIS.
2. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa atau generasi Z dalam menggunakan QRIS.
3. Media sosial dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa atau generasi Z dalam menggunakan QRIS.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran pada penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan pengetahuan QRIS dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

- b. Bagi pihak bank, diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi mengenai QRIS agar dapat memperluas pengetahuan dan wawasan nasabah sehingga dapat mempengaruhi minat generasi Z yang lebih banyak. Kemudian juga diharapkan agar mampu membuat mahasiswa tertarik untuk menggunakan QRIS dengan cara meningkatkan pelayanan, kemudahan dalam mengakses dan fasilitas lainnya.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah wawasan dan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat. Dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan serta dapat membandingkan pada beberapa daerah penelitiannya, sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab. (2004). Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam. Jakarta: Kencana, hlm. 264. Alfabeta, 2015). hlm.104.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Azhar, Anang Anas dan Ahmad Tamrin Sikumbang. (2018). Kecenderungan Peminatan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan Tahun 2010-2016. Medan: Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara.
- Ferdinan, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponogoro. Semarang.
- Gazali, H. (2019). *Islam Untuk Gen Z Mengajarkan Islam & Mendidik Muslim Generasi Z; Panduan Bagi Guru PAI*. Jakarta : Wahid Foundation.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, Elizabeth B. (2004). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Erlangga.

- Indika, D. R. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan Politeknik Ubaya*, 1(1), 25–32.
- Kartajaya, Heramawan. (2008). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix*. Jakarta: Mizan.
- Kelebihan dan Kekurangan QRIS. [goldenfast.net/blog/apa-itu-qrisc/](http://goldenfast.net/blog/apa-itu-qrisc/)
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kusumo Y, Tachta Tri. (2019). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Untuk Mengikuti PPAK (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mayanti, Rina. (2020). “*Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran pada Dompot Digital*”. Dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Volume 25 No. 2. hal. 124.
- Modjonotoad, & Soekidjo. (2003). *Ilmu Kesehatan Masyarakat Dan Prinsip Prinsip Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta, hlm. 33.
- Nanda, Dwi Yuni. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking BNI di Medan*. Skripsi. Medan: Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

- Ningsih, Sasmita, & Sari. (2021). “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa,” *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4, No 1, Hal. 2.
- Nurudin, N. (2012). Penggunaan Media Sosial Online dalam Berdakwah: Kemungkinan Adopsi dan Strategi Pemanfaatannya. *Al Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 8(1), 177-198.
- Paramitha, D., & Dian, K. (2020). *QRIS*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI. Hlm 31-54.)
- Pramitha, A., & Kusumaningtyas. (2020). *QRIS*. Kendiri: *Fakultas Ekonomi*. hal. 31.
- PRIMA. (2020). *Satu QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) untuk seluruh pembayaran*. <https://www.jaringanprima.co.id/id/satu-qr-is-untuk-seluruh-pembayaran-qr-code-indonesia>
- Putra, Y. S. (2016). *theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*. *Jurnal Among Makarti*, 9(18), 123-134.
- Putri, C. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(5), 594–603
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Poduktif Ber-social Media*. PT. Elex Media Komputindo.

- Sihaloho, E., Ramadani & Rahmayanti, “*Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM Di Medan*”. *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 17, No 2, April 2020, hal. 288.
- Sopiah, N. (2013). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, 16–20.
- Sriekaningsih, Ana. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Yogyakarta: Andi. hlm 5.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku konsumen (panduan riset sederhana untuk mengenali konsumen)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publising Service) .
- Susanto, A. (2014). *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Syah, Muhibbin. (2010). *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syarifudin, Ahmad., Kurnia, D., & Sulastri. (2020). Analisis Minat Siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Palembang Terhadap Program Studi Pendidikan Islam

- Anak Usia Dini. Jurnal. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Tim pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*. Hal 37.
- TrenAsia, “Makin Banyak, Jumlah Merchant QRIS Capai 4,7 Juta Pengguna,” diakses September 29, 2020. <https://www.trenasia.com/makin-banyak-jumlah-merchant-qr-is-capai-47-jutapengguna/>.
- Ulfi, I. (2020). Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non-Tunai: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 55–65. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>
- Utari, M. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. *JOM FISIP*, 4(2), 1–22.
- Yasin, V., Zarlis, M., & Nasution, M. K. (2018). Filsafat Logika Dan Ontologi Ilmu Komputer. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 2(2), 68-75.
- Yaya Jakaria. (2015). *Mengelola Data Penelitian Kuantitatif Dengan SPSS*. Bandung: Alfabeta.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

**KUESIONER PENELITIAN  
PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QUICK RESPONSE  
CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) DI KALANGAN  
GENERASI Z  
(KAJIAN PADA MAHASISWA FEBI UIN AR-RANIRY  
BANDA ACEH)**

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya Edby Danda mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang sedang melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Di Kalangan Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI Uin Ar-Raniry)"**.

Saya berharap kesediaan saudara/i untuk mengisi seluruh pernyataan pada kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya berdasarkan pengamatan dan pengalaman Anda mengenai QRIS. Setiap jawaban yang saudara/i akan dijamin kerahasiannya. Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan dan bantuan saudara/i karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Edby Danda



### III. Daftar Pernyataan

#### A. Media Sosial (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Media sosial memudahkan interaksi dengan penjual					
2.	Media sosial membantu saya memperoleh informasi mengenai QRIS					
3.	Informasi yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan					
4.	Informasi yang ditampilkan sesuai dengan ekspektasi pembeli					
5.	Saya merasa informasi di media sosial cukup menarik					

#### B. Pengetahuan (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya pernah mendengar tentang QRIS					
2.	Saya mengetahui ciri-ciri dan karakteristik QRIS					
3.	QRIS sangat aman dan nyaman dalam pembayaran					

4.	Dengan menggunakan QRIS lebih memudahkan saya dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun					
5.	Aplikasi penyedia layanan jasa pembayaran QRIS mudah di download					

### C. Minat (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Dalam melakukan transaksi saya berminat untuk menggunakan QRIS					
2.	Saya berniat untuk mereferensikan QRIS kepada orang lain					
3.	Saya berminat untuk selalu menggunakan QRIS dalam setiap transaksi yang saya lakukan					
4.	Saya tertarik untuk lebih tahu mengenai informasi dalam menggunakan QRIS					

**Lampiran 2 : Tabulasi Data**

No	Media Sosial (X1)					Pengetahuan (X2)					Minat (Y)			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3
3	5	4	3	3	5	3	2	4	5	5	5	3	4	5
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	1	5	3	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3
8	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5
9	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
10	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
11	5	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
12	5	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3
13	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
14	3	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
15	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
17	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
18	1	2	3	3	2	2	5	3	2	2	2	2	4	2

<b>19</b>	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5
<b>20</b>	2	4	2	2	3	4	3	3	4	5	3	3	3	5
<b>21</b>	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
<b>22</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
<b>23</b>	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4
<b>24</b>	3	4	2	2	3	4	3	3	3	5	3	2	2	3
<b>25</b>	4	5	3	2	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4
<b>26</b>	2	2	2	2	1	5	2	3	3	5	3	3	3	3
<b>27</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
<b>28</b>	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>29</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>30</b>	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
<b>31</b>	1	3	2	2	3	4	3	3	4	5	3	3	3	4
<b>32</b>	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3
<b>33</b>	1	4	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
<b>34</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>35</b>	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3
<b>36</b>	1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3
<b>37</b>	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
<b>38</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
<b>39</b>	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4
<b>40</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4

<b>41</b>	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5
<b>42</b>	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	2	3	2	3
<b>43</b>	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>45</b>	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
<b>46</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>47</b>	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4
<b>48</b>	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	2	4
<b>49</b>	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
<b>50</b>	1	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	5
<b>51</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
<b>52</b>	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5
<b>53</b>	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4
<b>54</b>	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
<b>55</b>	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
<b>56</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>57</b>	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
<b>58</b>	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	3	4	5
<b>59</b>	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
<b>60</b>	3	3	1	2	2	4	3	3	4	5	3	4	2	5
<b>61</b>	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4
<b>62</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

<b>63</b>	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5
<b>64</b>	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
<b>65</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>66</b>	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
<b>67</b>	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
<b>68</b>	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
<b>69</b>	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
<b>70</b>	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
<b>71</b>	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
<b>72</b>	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
<b>73</b>	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
<b>74</b>	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
<b>75</b>	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
<b>76</b>	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
<b>77</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>78</b>	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5
<b>79</b>	2	1	2	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4
<b>80</b>	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5
<b>81</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>82</b>	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
<b>83</b>	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
<b>84</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4

<b>85</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>86</b>	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>87</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>88</b>	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3
<b>89</b>	3	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	4	2	3
<b>90</b>	4	5	2	1	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5
<b>91</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4
<b>92</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>93</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>94</b>	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	5
<b>95</b>	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>96</b>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>97</b>	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
<b>98</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>99</b>	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
<b>100</b>	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
<b>101</b>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>102</b>	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
<b>103</b>	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
<b>104</b>	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
<b>105</b>	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4
<b>106</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

<b>107</b>	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	2	3	2	4
<b>108</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>109</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>110</b>	2	3	2	2	2	4	2	3	4	4	3	3	3	3
<b>111</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
<b>112</b>	2	3	2	1	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
<b>113</b>	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
<b>114</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>115</b>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
<b>116</b>	2	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
<b>117</b>	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
<b>118</b>	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
<b>119</b>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>120</b>	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
<b>121</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>122</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>123</b>	2	3	2	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
<b>124</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>125</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>126</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>127</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>128</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

<b>129</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>130</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>131</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>132</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>133</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
<b>134</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>135</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
<b>136</b>	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>137</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>138</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
<b>139</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>140</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
<b>141</b>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5
<b>142</b>	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>143</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>144</b>	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>145</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
<b>146</b>	3	3	3	5	3	5	5	4	4	3	4	5	4	5
<b>147</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>148</b>	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5
<b>149</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>150</b>	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4

151	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
153	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
154	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
155	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4
156	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
158	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4
159	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5
160	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
161	3	4	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
162	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
163	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
164	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3
165	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
166	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5
167	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
168	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
169	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
170	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
171	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
172	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4

<b>173</b>	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
<b>174</b>	3	3	2	1	3	5	5	5	4	4	4	4	3	4
<b>175</b>	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
<b>176</b>	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5
<b>177</b>	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
<b>178</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	2	3
<b>179</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>180</b>	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4
<b>181</b>	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4
<b>182</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4
<b>183</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>184</b>	2	3	2	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>185</b>	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>186</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4
<b>187</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
<b>188</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>189</b>	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	2	5
<b>190</b>	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
<b>191</b>	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5
<b>192</b>	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>193</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>194</b>	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4

<b>195</b>	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>196</b>	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
<b>197</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>198</b>	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
<b>199</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>200</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
<b>201</b>	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	2	4
<b>202</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
<b>203</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>204</b>	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
<b>205</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4
<b>206</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>207</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>208</b>	3	3	2	1	3	5	5	5	4	4	4	4	3	5
<b>209</b>	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>210</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>211</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>212</b>	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>213</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>214</b>	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>215</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>216</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

<b>217</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>218</b>	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	1	3
<b>219</b>	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4
<b>220</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
<b>221</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
<b>222</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
<b>223</b>	1	3	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
<b>224</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>225</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>226</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
<b>227</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
<b>228</b>	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
<b>229</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>230</b>	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5
<b>231</b>	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	1	1
<b>232</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>233</b>	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
<b>234</b>	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4
<b>235</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>236</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>237</b>	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4
<b>238</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4

### Lampiran 3 : Karakteristik Responden

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	104	43.7	43.7	43.7
	Perempuan	134	56.3	56.3	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<19 tahun	43	18.1	18.1	18.1
	20-21 tahun	59	24.8	24.8	42.9
	22-23 tahun	111	46.6	46.6	89.5
	>24 tahun	25	10.5	10.5	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

#### Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perbankan Syariah	91	38.2	38.2	38.2
	Ekonomi Syariah	87	36.6	36.6	74.8
	Ilmu Ekonomi	60	25.2	25.2	100.0
	Total	238	100.0	100.0	

**Lampiran 4 : Uji Validitas  
Media Sosial (X<sub>1</sub>)**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.693**	.658**	.582**	.606**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X1.2	Pearson Correlation	.693**	1	.618**	.514**	.544**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X1.3	Pearson Correlation	.658**	.618**	1	.759**	.644**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X1.4	Pearson Correlation	.582**	.514**	.759**	1	.599**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X1.5	Pearson Correlation	.606**	.544**	.644**	.599**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	238	238	238	238	238	238
Total X1	Pearson Correlation	.851**	.796**	.888**	.842**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	238	238	238	238	238	238

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

## Pengetahuan (X<sub>2</sub>)

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.403**	.453**	.403**	.343**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X2.2	Pearson Correlation	.403**	1	.578**	.385**	.119	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.066	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X2.3	Pearson Correlation	.453**	.578**	1	.610**	.236**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X2.4	Pearson Correlation	.403**	.385**	.610**	1	.490**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	238	238	238	238	238	238
X2.5	Pearson Correlation	.343**	.119	.236**	.490**	1	.580**
	Sig. (2-tailed)	.000	.066	.000	.000		.000
	N	238	238	238	238	238	238
Total X2	Pearson Correlation	.728**	.717**	.799**	.784**	.580**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	238	238	238	238	238	238

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

## Minat (Y)

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.514**	.557**	.284**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238
Y2	Pearson Correlation	.514**	1	.405**	.340**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	238	238	238	238	238
Y3	Pearson Correlation	.557**	.405**	1	.413**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	238	238	238	238	238
Y4	Pearson Correlation	.284**	.340**	.413**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	238	238	238	238	238
Total Y	Pearson Correlation	.788**	.713**	.834**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	238	238	238	238	238

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

**Lampiran 5 : Uji Realibilitas  
Media Sosial (X<sub>1</sub>)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	238	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	238	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	5

**Pengetahuan (X<sub>2</sub>)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	238	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	238	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	5

## Minat (Y)

### Case Processing Summary

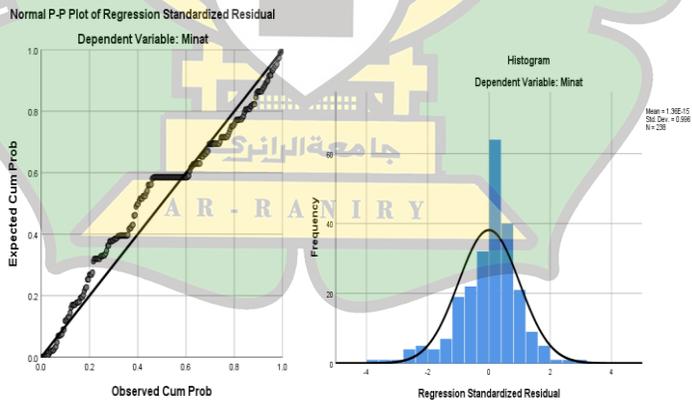
		N	%
Cases	Valid	238	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	238	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	4

## Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



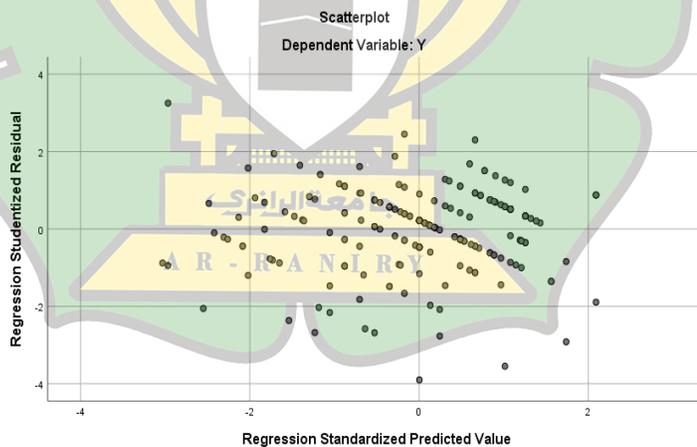
## Uji Multikolonieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.491	.964		3.621	.000		
	X1	.258	.033	.443	7.840	.000	.664	1.506
	X2	.352	.056	.352	6.230	.000	.664	1.506

a. Dependent Variable: Y

## Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



## Lampiran 7 : Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.491	.964		3.621	.000		
	X1	.258	.033	.443	7.840	.000	.664	1.506
	X2	.352	.056	.352	6.230	.000	.664	1.506

a. Dependent Variable: Y

## Lampiran 8 : Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji-t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.491	.964		3.621	.000		
	X1	.258	.033	.443	7.840	.000	.664	1.506
	X2	.352	.056	.352	6.230	.000	.664	1.506

a. Dependent Variable: Y

## Uji Simultan (Uji-F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505.370	2	252.685	118.204	.000 <sup>b</sup>

	Residual	502.361	235	2.138		
	Total	1007.731	237			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

### Lampiran 9 : Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.497	1.462

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

### Lampiran 10 : R Tabel

df = (N-2)	Signifikansi Uji Satu Arah (1-tailed)	
	0,05	0,025
	Signifikansi Uji Dua Arah (2-tailed)	
	0,1	0,05
230	0,108	0,129
231	0,108	0,129
232	0,108	0,128
233	0,108	0,128
234	0,107	0,128
235	0,107	0,127
236	0,107	0,127
237	0,107	0,127

238	0,106	0,127
239	0,106	0,126
240	0,106	0,126

**Lampiran 11 : T Tabel**

	DF		
$\alpha$		0.05	0,025
	230	1,652	1,970
	231	1,651	1,970
	232	1,651	1,970
	233	1,651	1,970
	234	1,651	1,970
	235	1,651	1,970
	236	1,651	1,970
	237	1,651	1,970
	238	1,651	1,970
	239	1,651	1,970
	240	1,651	1,970

## Lampiran 12 : F Tabel

	DF1				
DF2		1	2	3	4
	230	3,8822073	3,035093	2,64385	2,410894
	231	3,8820295	3,034921	2,64368	2,410724
	232	3,8818533	3,03475	2,643511	2,410555
	233	3,881786	3,034581	2,643344	2,410888
	234	3,8815054	3,034414	2,643178	2,410222
	235	3,8813337	3,034248	2,643014	2,410058
	236	3,8811634	3,034083	2,642851	2,409895
	237	3,8809946	3,03392	2,64269	2,409733
	238	3,8808272	3,033758	2,642529	2,409573
	239	3,8806613	3,033598	2,642371	2,409414
	240	3,8804967	3,033439	2,642213	2,409257

