

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL
SYARIAH PADA UMKM SEKTOR *FOOD AND
BEVERAGE* DI BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**NURUL FADHILLA
NIM. 220603105**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/ 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nurul Fadhilla

NIM : 220603105

Program Studi : Perbankan Syariah

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 plagiasi 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 dipertanggungjawabkan 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.

امعة الرانيري

Banda Aceh, 26 Mei 2026

Yang Menyatakan



(Nurul Fadhilla)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat
Penggunaan Pembayaran Digital Syariah Pada UMKM
Sektor *Food And Beverage* Di Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Nurul Fadhilla
NIM. 220603105

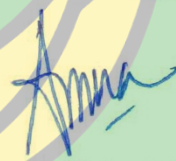
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Pembimbing II,



Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIP. 198702222023212041

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

AR - RANIRY



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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat
Penggunaan Pembayaran Digital Syariah Pada UMKM Sektor
Food And Beverage Di Banda Aceh**

Nurul Fadhillah
NIM. 220603105

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, 25 Mei 2026

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



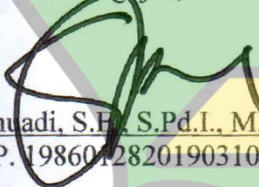
Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Sekretaris,



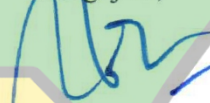
Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIP. 198702222023212041

Penguji I,



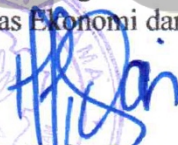
Ismuadi, S.F., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

Penguji II,



Akmal Riza, S.E., M.Si
NIP. 198402022023211023

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nurul Fadhillah
NIM : 220603105
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
E-mail : 220603105@student.ar-raniry.ac.id

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 ☐ KKKU ☐ Skripsi

Yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah Pada UMKM Sektor *Food And Beverage* Di Banda Aceh

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 : 25 Mei 2026

Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Nurul Fadhillah
NIM: 220603105

Riza Aulfa, S.E.L., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIP. 198702222023212041

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah pada UMKM Sektor *Food and Beverage* di Banda Aceh”** ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW., yang melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari upaya menyebarkan sunnah beliau dalam khazanah keilmuan. Proses penyusunan skripsi ini dilalui dengan berbagai tantangan, sehingga tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak, baik secara moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, baik dari kalangan akademis maupun non-akademis.

Shalawat dan salam juga senantiasa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW., yang telah membawa umat manusia dari masa jahiliyah menuju masa yang penuh dengan ilmu dan kemuliaan seperti yang dirasakan saat ini. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai kesulitan, namun berkat bantuan dari banyak pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam yang tidak dapat sepenuhnya diungkapkan dengan kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan selaku Penasehat Akademik, serta Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam proses penulisan skripsi ini.
3. Hafiizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku Ketua Laboratorium beserta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku pembimbing I dan Dara Amanatillah, M.Sc.Fin selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan pemikiran, serta arahan yang sangat berharga berupa saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ismuadi, S.E., S. Pd., M.Si selaku penguji I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku penguji II yang telah memberikan masukan, saran, dan perbaikan untuk skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.
6. Seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.

7. Seluruh pelaku UMKM sektor *Food and Beverage* di Banda Aceh yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi guna mendukung penyelesaian skripsi ini.
8. Terkhusus kepada Almahrum Bapak tercinta Amir Hamzah. Sosok yang paling kurindukan. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menyusun skripsi, namun selama hidupnya telah menjadi sosok panutan, sumber semangat, dan inspirasi yang tak tergantikan. Doa- doa Bapak ,didikan, dan nilai-nilai kehidupan yang Bapak tanamkan akan selalu hidup dalam diri penulis. Alhamdulillah, penulis kini telah sampai pada tahap ini, menyelesaikan karya ilmiah sederhana ini sebagai bentuk persembahan terakhir sebelum Bapak benar-benar pergi. Semoga Allah SWT. Menempatkan Bapak di tempat terbaik di sisinya. Aamiin ya Rabbal'Aalamiin.
9. Teruntuk Ibunda tercinta, Yurna Ningsih, sosok yang kuat tidak hanya menjadi seorang Ibu, tetapi juga menggantikan peran ayah dengan penuh keteguhan, kesabaran, dan kasih sayang. Terima kasih atas setiap pengorbanan, semangat yang tak pernah lelah, ridho yang tulus, dan setiap doa yang dipanjatkan dalam setiap sujud ibu. Penulis belajar bahwa cinta seorang ibu mampu menguatkan bahkan di saat dunia terasa sangat berat.
10. Putri, Jila, Tasya, Yara, Yuni, Kepin, Rio, Rizky, dan Diah. Terima kasih untuk kalian yang telah berjalan bersama sejak awal hingga akhir. Dalam kebersamaan, kita saling menguatkan tanpa saling meninggalkan. Setiap tawa, lelah, dan doa yang dibagi menjadikan perjalanan ini terasa utuh dan

bermakna. Kalian bukan sekedar teman, tapi bagian dari perjalanan yang akan selalu hidup dalam ingatan penulis.

11. Nurul Fadhilla. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga ke depannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Banda Aceh, 10 Juni 2026

Penulis,

Nurul Fadhilla

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

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

1. Kosonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1.	ا	Tidak dilambangkan	16.	ط	Ṭ
2.	ب	B	17.	ظ	Z
3.	ت	T	18.	ع	‘
4.	ث	Ṣ	19.	غ	G
5.	ج	J	20.	ف	F
6.	ح	H	21.	ق	Q
7.	خ	Kh	22.	ك	K
8.	د	D	23.	ل	L
9.	ذ	Ẓ	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
ـَ	<i>Fathah</i>	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	I
ـُ	<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
ـِـي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
ـِـو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *Haula*

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
ـَ اْ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ـِ اْ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ـُ وْ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh :

قَالَ : qāla

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَقُولُ : yaqûlu

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. 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 : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

المدينة المنورة : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
alMadīnatul Munawwarah

طَلْحَة : *Talḥah*

**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.

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

ABSTRAK

Nama/NIM : Nurul Fadhilla
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah Pada UMKM Sektor *Food And Beverage* Di Banda Aceh.
Prodi : Perbankan Syariah
Pembimbing I : Riza Aulia, S.E.I.,M.Sc
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc.Fin

Perkembangan pembayaran digital syariah di Indonesia menunjukkan *tren* peningkatan yang konsisten, khususnya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor *Food and Beverage* (F&B) di Banda Aceh yang telah mulai mengadopsi sistem pembayaran digital syariah. Kondisi ini menjadi urgensi dilakukan untuk mendorong minat penggunaan secara berkelanjutan, mengingat UMKM sektor F&B memiliki intensitas transaksi yang tinggi dan berperan penting dalam mendukung inklusi keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh, baik secara parsial maupun simultan. Metodologi pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 96 pelaku UMKM sektor F&B, dengan analisis data regresi linear berganda. Hasil kajian secara parsial menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah. Implikasi penelitian ini menguatkan kemudahan sistem dan jaminan keamanan yang disertai peningkatan literasi keuangan digital syariah dapat mendorong penggunaan yang berkelanjutan di kalangan pelaku usaha di kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan, persepsi keamanan, pengetahuan, minat penggunaan, pembayaran digital syariah.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.5 Sistematika Pembahasan	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	24
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)	24
2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	25
2.3 Minat.....	27
2.3.1 Pengertian Minat	27
2.3.2 Indikator Minat.....	29
2.4 Pengetahuan.....	30
2.4.1 Pengertian Pengetahuan	30
2.4.2 Jenis-Jenis Pengetahuan Konsumen	32

2.4.3 Indikator Pengetahuan.....	34
2.5 Kemudahan.....	35
2.5.2 Indikator Kemudahan.....	37
2.6 Keamanan.....	39
2.6.1 Pengertian Keamanan.....	39
2.6.2 Indikator Keamanan.....	40
2.7 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	41
2.7.1 Pengertian Usaha Mikro Menengah (UMKM)	41
2.7.2 Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	42
2.7.3 UMKM sektor <i>Food and Beverage</i> (F&B)	44
2.8 Pembayaran Digital Syariah.....	46
2.8.1 Pengertian Pembayaran Digital Syariah.....	46
2.8.2 Jenis Aplikasi Pembayaran Digital Syariah.....	47
2.8.3 Kelebihan Pembayaran Digital Syariah	54
2.8.4 Kekurangan Pembayaran Digital Syariah	54
2.9 Penelitian Terkait.....	54
2.10 Kerangka Berpikir	63
2.11 Pengembangan Hipotesis.....	65
2.11.1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B	65
2.11.2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B	67
2.11.3. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B	68
2.11.4. Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap minat penggunaan	

pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	71
3.1 Jenis Penelitian	71
3.2 Populasi dan Sampel.....	72
3.2.1 Populasi.....	72
3.2.2 Sampel.....	72
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	74
3.3.1 Sumber Data.....	74
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	74
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	76
3.4.1 Definisi Variabel.....	76
3.4.2 Operasionalisasi Variabel	77
3.5 Skala Pengukuran	78
3.6 Metode Analisa Data	79
3.6.1 Uji Validitas	79
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	80
3.6.3.1 Uji Normalitas	80
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	81
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	82
3.7 Uji Hipotesis.....	82
3.7.1 Analisis Linear Berganda.....	83
3.7.2 Uji T (Parstial).....	84
3.7.3 Uji F (Simultan).....	84
3.8. Koefisien determinasi (R^2)	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1. Deskriptif Objek Penelitian	87
4.2. Gambaran Responden.....	88
4.2.1. Karakteristik Responden.....	88
4.3. Deskriptif Data Peneltian	92

4.3.1. Deskripsi Variabel Pengetahuan.....	93
4.3.2. Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan	93
4.3.3. Deskripsi Variabel Persepsi Keamanan.....	94
4.3.4. Deskripsi Variabel Minat Penggunaan.....	95
4.4. Hasil Uji Instrumen Penelitian	96
4.4.1. Uji Validitas.....	96
4.4.2. Uji Reliabilitas	100
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	101
4.5.1. Uji Normalitas.....	101
4.5.2. Uji Multikolinearitas	102
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	103
4.6. Analisis Regresi Linear Berganda	103
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	105
4.6.2 Uji Simultan(Uji F)	107
4.6.3 Uji Koefisien Determinansi (R ²)	108
4.6.4 Hasil Uji Koefisien.....	108
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
4.7.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah.....	109
4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah	110
4.7.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah	112
4.7.4 Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah.....	113
BAB V PENUTUP	115
5.1. Kesimpulan.....	115
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	118

LAMPIRAN	128
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	159



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Transaksi Digital Syariah di Indonesia (2020 - 2025)	3
Gambar 1.2 Persentase Jenis UMKM di Banda Aceh	9
Gambar 2.2 Skema Kerangka Berfikir	64
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	89
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	90
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran Transaksi	91
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha	91
Gambar 4.6 Uji Normalitas	101

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait	61
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	77
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Likert.....	79
Tabel 4.1	Interpretasi Nilai Rata-Rata	92
Tabel 4.2	Rata-rata Skor Tiap Indikator Pengetahuan.....	93
Tabel 4.3	Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kemudahan	94
Tabel 4.4	Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Keamanan	95
Tabel 4.5	Rata-rata Skor Tiap Indikator Minat Penggunaan	95
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Pengetahuan.....	97
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan	98
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan.....	99
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan.....	99
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas.....	102
Tabel 4.12	Uji Heteroskedastisitas	103
Tabel 4.13	Hasil Regresi Linear Berganda	104
Tabel 4.14	Uji T.....	105
Tabel 4.15	Uji F.....	107
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang cukup signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama pada sektor ekonomi dan bisnis. Digitalisasi yang terus berlangsung secara berkelanjutan semakin pesat memunculkan beragam inovasi yang secara mendasar mengubah pola interaksi serta mekanisme transaksi keuangan. Salah satu inovasi pada sistem pembayaran digital berbasis syariah, yaitu metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi digital dengan tetap berlandaskan nilai-nilai syariah Islam, seperti keadilan, keterbukaan, serta bebas dari unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir* (Bank Indonesia, 2023).

Fenomena ini tidak hanya berkembang di negara-negara maju, tetapi juga mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia, sejalan dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat Muslim mengenai urgensi penggunaan layanan keuangan yang sesuai syariah. Menurut Rifqi & Nihayah (2022), sistem pembayaran digital yang dikelola sesuai prinsip syariah memiliki potensi sebagai solusi strategis bagi pelaku usaha dalam mempercepat proses transaksi serta meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sedang beradaptasi dengan perkembangan teknologi keuangan. Oleh karena itu, kajian lebih

lanjut mengenai implementasi dan dampaknya terhadap pelaku usaha menjadi penting untuk dilakukan.

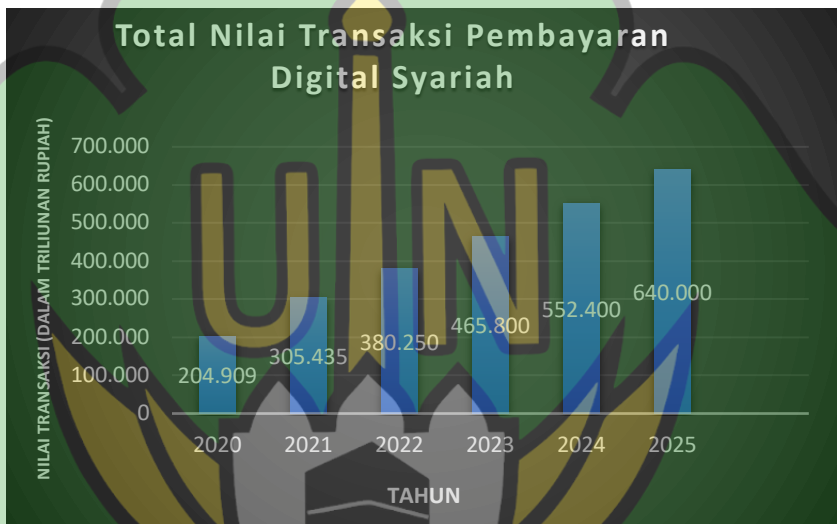
Financial technology (*fintech*) merupakan inovasi pada bidang jasa finansial yang mengintegrasikan teknologi berbasis digital guna menghasilkan produk serta layanan keuangan yang lebih efektif dan efisien, mudah diakses, dan adaptif terhadap dinamika keperluan masyarakat modern. Di Indonesia, cakupan *fintech* tidak terbatas pada layanan pembayaran digital tetapi juga termasuk dalam kategori Inovasi Teknologi Sektor Keuangan (ITSK) yang berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Regulasi terbaru, yakni POJK Nomor 3 Tahun 2024, menegaskan bahwa *fintech* merupakan bagian integral dari pengembangan sistem keuangan digital nasional yang berorientasi pada peningkatan inklusi keuangan, penguatan perlindungan konsumen, serta menjaga integritas pasar. Ketentuan ini menunjukkan bahwa perkembangan *fintech* tidak semata-mata dianggap sebagai inovasi teknologi semata, melainkan juga sebagai instrumen strategis untuk mendukung stabilitas dan keberlanjutan sistem keuangan.

Melalui kerangka regulasi tersebut, penyelenggara *fintech* diberikan ruang untuk melakukan uji coba inovasi melalui mekanisme (*regulatory sandbox*) sebelum memperoleh izin operasional secara penuh. Kebijakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap inovasi yang dihadirkan tetap memenuhi aspek keamanan, transparansi, dan standar operasional yang berlaku. Dengan demikian, percepatan adopsi layanan keuangan digital di

Indonesia dapat berjalan secara terarah dan terkendali, sebagaimana ditegaskan oleh Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) pada tahun 2024.

Gambar 1.1

Grafik Transaksi Digital Syariah di Indonesia (2020-2025)



Sumber: Bank Indonesia, OJK, dan AFTECH, data diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 1.1, terlihat bahwa total nilai transaksi pembayaran digital berbasis syariah di Indonesia pada rentang tahun 2020–2025 menunjukkan kecenderungan meningkat secara konsisten dari setiap tahunnya. Pada tahun 2020, nilai transaksi tercatat sekitar Rp204,909 triliun, yang merepresentasikan pertumbuhan signifikan dibandingkan periode sebelumnya. Peningkatan ini tidak terlepas dari percepatan digitalisasi sistem pembayaran selama pandemi COVID-19, di mana Bank Indonesia mencatat lonjakan penggunaan instrumen

pembayaran non-tunai, seperti uang elektronik dan QRIS, yang juga diadopsi oleh lembaga serta pelaku usaha berbasis syariah (Bank Indonesia, 2021).

Memasuki tahun 2021, nilai transaksi kembali meningkat hingga mencapai sekitar Rp305,435 triliun. Pertumbuhan ini sejalan dengan semakin luasnya implementasi QRIS, meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik, serta penerapan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 yang diinisiasi oleh Bank Indonesia. Kebijakan tersebut menekankan penguatan integrasi sistem, peningkatan efisiensi layanan, serta perluasan inklusi sistem pembayaran nasional, termasuk dalam pengembangan ekosistem keuangan syariah (Bank Indonesia, 2019; 2021).

Secara analitis, kecenderungan peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pembayaran digital syariah tidak lagi berkembang semata-mata sebagai respons sementara akibat pandemi, melainkan telah menjadi bagian dari perubahan struktural dalam sistem pembayaran nasional. Pertumbuhan transaksi digital di Indonesia yang terus meningkat, termasuk melalui kanal QRIS dan layanan pembayaran berbasis aplikasi, memperlihatkan adanya pergeseran perilaku masyarakat menuju transaksi yang lebih praktis, cepat, dan efisien (Bank Indonesia, 2024). Oleh sebab itu, dinamika pertumbuhan ini penting untuk ditelaah lebih lanjut, terutama dalam mengidentifikasi berbagai faktor yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan adopsi transaksi digital berbasis syariah pada masa mendatang.

Pada periode 2022 hingga 2023, nilai transaksi pembayaran digital syariah diperkirakan tetap menunjukkan tren peningkatan dengan capaian masing-masing sekitar Rp380,250 triliun dan Rp465,800 triliun. Pertumbuhan ini didorong oleh pemulihan kondisi perekonomian nasional pascapandemi, meningkatnya literasi keuangan syariah berbasis digital, serta peran strategis Otoritas Jasa Keuangan dalam memperkuat ekosistem keuangan syariah melalui digitalisasi layanan dan pengembangan industri fintech syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022; 2023). Hal ini menunjukkan bahwa akselerasi transaksi digital syariah tidak hanya bersifat temporer, tetapi juga didukung oleh penguatan struktur kelembagaan dan regulasi.

Selanjutnya, pada periode 2024 hingga 2025, nilai transaksi pembayaran digital syariah diproyeksikan terus meningkat hingga mencapai sekitar Rp552,400 triliun pada tahun 2024 dan Rp640,000 triliun pada tahun 2025. Proyeksi tersebut didasarkan pada tren pertumbuhan transaksi pembayaran digital nasional yang berkelanjutan, semakin luasnya adopsi sistem pembayaran digital oleh pelaku UMKM berbasis syariah, serta dukungan kebijakan yang konsisten bersumber dari Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan dalam mendorong penguatan ekonomi dan keuangan syariah digital. Selain itu, laporan Asosiasi *Fintech* Indonesia (2024) menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi pembayaran digital oleh pelaku *fintech* mengalami peningkatan secara konsisten setiap tahunnya. Secara analitis, tren proyeksi ini mengindikasikan adanya

peluang pertumbuhan yang berkelanjutan sekaligus tantangan dalam memastikan kesiapan infrastruktur, literasi, dan regulasi agar perkembangan tersebut tetap berjalan secara stabil dan inklusif.

Platform pembayaran digital syariah merupakan bagian dari sistem pembayaran modern yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama operasionalnya, tanpa bergantung pada layanan tatap muka di kantor fisik. Proses transaksi dilakukan melalui aplikasi berbasis web maupun perangkat *mobile* dengan dukungan kolaborasi berbagai pihak dalam ekosistem keuangan. Layanan ini dirancang tidak hanya untuk pengguna yang telah terintegrasi dengan sistem perbankan, tetapi juga untuk menjangkau masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, dengan tetap mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, serta kesesuaian dengan akad dan ketentuan syariah. Bank Indonesia menegaskan bahwa transformasi digital dalam sistem pembayaran, termasuk pembayaran digital berbasis syariah, memiliki peran strategis dalam memperluas inklusi keuangan nasional secara berkelanjutan (Bank Indonesia, 2021). Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa digitalisasi pembayaran syariah bukan sekadar inovasi teknologi, tetapi juga instrumen kebijakan dalam mendorong pemerataan akses layanan keuangan.

Di Indonesia, perkembangan pembayaran digital syariah menunjukkan tren yang positif seiring dengan bertambahnya jumlah lembaga keuangan syariah dan perusahaan *fintech* yang menawarkan layanan berbasis prinsip syariah. Otoritas Jasa Keuangan mencatat

adanya peningkatan sinergi antara perbankan syariah dan *fintech* syariah, khususnya dalam pengembangan instrumen pembayaran digital seperti QRIS, dan Mobile banking. Sebagai alat pembayaran halal yang terstandarisasi secara nasional (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Implementasi QRIS menjadi representasi konkret integrasi teknologi pembayaran digital dengan prinsip syariah, sekaligus memperluas penerimaan transaksi non-tunai pada sektor ritel dan UMKM (Bank Indonesia, 2023).

Secara analitis, integrasi tersebut menunjukkan bahwa penguatan ekosistem pembayaran digital syariah memerlukan sinergi regulasi, inovasi teknologi, serta kesiapan pelaku usaha agar manfaatnya dapat dirasakan secara optimal oleh seluruh lapisan masyarakat. Meskipun memiliki prospek pertumbuhan yang cukup besar, tingkat pemanfaatan pembayaran digital syariah di lingkungan UMKM masih berada pada tingkat yang relatif rendah. Kondisi ini menjadi paradoks mengingat UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional dan mendominasi kelompok pelaku usaha yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan layanan keuangan formal. Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa rendahnya tingkat adopsi layanan keuangan digital syariah oleh UMKM dipengaruhi oleh keterbatasan literasi keuangan digital, minimnya pemahaman terhadap produk keuangan syariah, serta kendala akses terhadap teknologi (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa penguatan inklusi keuangan syariah

berbasis digital masih memerlukan dukungan kebijakan yang lebih komprehensif serta program edukasi yang berkelanjutan dan terarah.

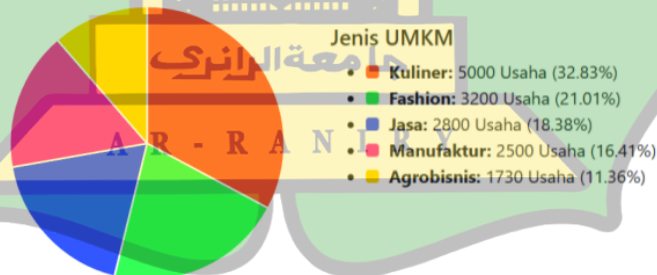
Lebih lanjut, laporan industri menunjukkan bahwa pengembangan layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk pembayaran digital syariah, memiliki potensi sebagai alternatif sistem keuangan yang lebih stabil, transparan, dan resilien dibandingkan sistem konvensional. Asosiasi *Fintech* Indonesia menegaskan bahwa penerapan model layanan *fintech* yang didukung oleh infrastruktur teknologi dan tata kelola yang baik mampu meningkatkan efisiensi transaksi sekaligus memperkuat perlindungan konsumen, terutama dalam menghadapi dinamika dan risiko ekonomi global (Asosiasi Fintech Indonesia, 2024). Dengan dukungan kebijakan yang berkesinambungan berasal dari Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan, pembayaran digital berbasis syariah berpotensi menjadi instrumen strategis dalam memperluas inklusi keuangan sekaligus memperkuat ekosistem ekonomi syariah nasional.

Dalam konteks sektoral, UMKM juga memegang peranan penting dalam menggerakkan aktivitas ekonomi, termasuk pada sektor F&B. Dampak pandemi COVID-19 telah mendorong perubahan signifikan pada pola konsumsi dan metode transaksi masyarakat yang semakin berorientasi pada layanan digital. Perubahan tersebut menuntut pelaku UMKM untuk melakukan adaptasi, termasuk melalui pemanfaatan pembayaran digital syariah sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan usaha dan

menyesuaikan diri dengan kondisi new normal secara lebih optimal (Wijoyo & Widiyanti, 2020).

Apabila dianalisis dalam konteks yang lebih spesifik, khususnya di Banda Aceh, data dari Dinas Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa sektor F&B merupakan sektor dominan dengan proporsi lebih dari 30% dari total keseluruhan UMKM. Karakteristik sektor ini ditandai dengan intensitas transaksi yang tinggi dan bersifat berulang, sehingga efisiensi dalam proses pembayaran menjadi kebutuhan yang krusial. Secara teoritis, pemanfaatan sistem pembayaran digital dapat membantu pelaku UMKM sektor F&B dalam mempercepat proses transaksi, meminimalkan potensi kesalahan pencatatan, serta memperluas jangkauan pasar dengan menyasar konsumen yang telah terbiasa melakukan transaksi non-tunai. Implementasi pembayaran digital juga berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional dan daya saing UMKM di era ekonomi digital. (Prayoga et al., 2024)

Gambar 1.2
Persentase Jenis UMKM di Banda Aceh



Sumber: Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kota Banda Aceh (2025)

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 mengenai persentase jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Banda Aceh, terlihat bahwa sektor kuliner menempati posisi paling dominan dengan jumlah 5.000 unit usaha atau sebesar 32,83% dari total UMKM yang ada. Dominasi ini menunjukkan bahwa sektor kuliner tidak hanya berperan sebagai penggerak utama perekonomian daerah, tetapi juga memiliki potensi signifikan untuk mengadopsi inovasi digital dalam sistem transaksinya.

Sektor fashion berada pada posisi kedua dengan 3.200 unit usaha (21,01%), disusul sektor jasa sebanyak 2.800 unit usaha (18,38%), sektor manufaktur dengan 2.500 unit usaha (16,41%), serta sektor agribisnis sebesar 1.730 unit usaha (11,36%). Pola distribusi tersebut mengindikasikan bahwa komposisi UMKM di Banda Aceh didominasi oleh sektor yang bersifat konsumtif serta memiliki intensitas transaksi yang relatif tinggi, khususnya pada sektor kuliner.

Dengan karakteristik tersebut, sektor F&B pada dasarnya merupakan sektor yang paling potensial untuk mengimplementasikan sistem pembayaran digital syariah. Tingginya frekuensi transaksi yang bersifat harian dan berulang menjadi faktor pendukung dalam penerapan sistem pembayaran yang lebih efisien dan terintegrasi. Implementasi pembayaran digital syariah diharapkan mampu mempercepat proses pelayanan, meminimalkan antrean, serta meningkatkan kualitas pengalaman transaksi yang sejalan dengan prinsip syariah. Namun demikian,

realitas di lapangan menunjukkan bahwa pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh yang telah mengadopsi pembayaran digital syariah mulai merasakan berbagai manfaat positif. Tingkat pemanfaatan yang terus berkembang ini mencerminkan adanya faktor-faktor pendukung seperti kemudahan transaksi, peningkatan kepercayaan konsumen, serta kesesuaian dengan prinsip syariah yang menjadi preferensi utama. Kondisi ini membuka peluang analitis untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang mendorong keberhasilan adopsi dan pemanfaatan pembayaran digital syariah di kalangan pelaku UMKM Sektor F&B di Banda Aceh tersebut.

Sebagai kelanjutan dari kondisi tersebut, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh telah terdaftar sebagai *merchant QRIS* dan mulai memanfaatkan pembayaran digital syariah dalam kegiatan usahanya. Penggunaan sistem ini memberikan alternatif metode transaksi yang lebih praktis, cepat, dan efisien, sehingga mampu mendukung kelancaran operasional usaha. Meskipun transaksi tunai masih digunakan untuk menyesuaikan preferensi konsumen, pembayaran digital syariah telah menjadi bagian penting dalam aktivitas transaksi sehari-hari (Otoritas Jasa Keuangan, 2023; Bank Indonesia, 2021). Selain itu, meningkatnya penggunaan *QRIS* menunjukkan adanya kesiapan pelaku UMKM Sektor F&B dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi keuangan. Secara analitis, pemanfaatan pembayaran digital syariah ini mencerminkan langkah positif dalam mendorong terciptanya ekosistem pembayaran yang lebih modern,

inklusif, dan terintegrasi di kalangan UMKM (Bank Indonesia, 2021).

Dalam kajian teoritis, minat dipandang sebagai kecenderungan psikologis yang bersumber dari dorongan internal individu, sehingga menimbulkan keinginan untuk memilih, menggunakan, atau memiliki suatu objek tertentu. Konsep ini menunjukkan adanya kesiapan seseorang untuk bertindak terhadap sesuatu yang dianggap memberikan nilai atau manfaat (Ajzen, 2020; Hameed et al., 2022). Selain itu, minat juga merefleksikan tingkat ketertarikan dan antusiasme individu terhadap suatu objek, yang kemudian mendorong perhatian lebih besar serta keterlibatan aktif dalam aktivitas yang berkaitan dengannya (Haryanti, 2025). Dengan demikian, semakin besar tingkat minat seseorang, maka kian besar pula kemungkinan individu tersebut menampilkan perilaku nyata sesuai dengan objek yang diminatinya.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen, minat atau *behavioral intention* merupakan faktor utama yang menentukan munculnya suatu perilaku. TPB menjelaskan bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Semakin positif sikap individu terhadap suatu perilaku, semakin kuat dukungan sosial yang diterima, serta semakin besar keyakinan bahwa perilaku

tersebut mudah untuk dilakukan, maka semakin tinggi pula minat individu untuk melaksanakan perilaku tersebut.

Dalam konteks penggunaan pembayaran digital syariah, minat dapat diartikan sebagai keinginan atau kecenderungan pelaku UMKM untuk menggunakan pembayaran digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas usahanya. Minat tersebut terbentuk ketika pelaku UMKM memiliki penilaian positif terhadap manfaat pembayaran digital syariah, memperoleh dukungan dari lingkungan sekitar, serta merasa mampu menggunakan layanan tersebut dengan mudah dan aman. Oleh karena itu, semakin tinggi minat penggunaan pembayaran digital syariah, semakin besar kemungkinan pelaku UMKM untuk mengadopsi dan menggunakan sistem pembayaran tersebut secara berkelanjutan dalam kegiatan bisnis sehari-hari.

Secara konseptual, minat dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu berniat menggunakan, niat menggunakan dimasa mendatang, ketertarikan pada objek minat, ketertarikan untuk terus menggunakan. Dengan demikian, rendahnya tingkat penggunaan pembayaran digital syariah oleh pelaku UMKM tidak semata-mata berkaitan dengan faktor teknis, melainkan juga dipengaruhi oleh aspek psikologis berupa tingkat minat yang masih perlu dianalisis lebih lanjut.

Beberapa faktor yang memengaruhi minat antara lain pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Faktor pertama, pengetahuan dapat dipahami sebagai perubahan perilaku

individu yang diperoleh melalui pengalaman dan proses pembelajaran. Individu dengan tingkat pengetahuan yang lebih optimal cenderung mampu menetapkan keputusan secara kian rasional, lebih efektif, serta tepat dalam mengelola informasi. Dalam konteks penggunaan pembayaran digital syariah, indikator pengetahuan meliputi pengetahuan flaktual, pengetahuan eksperensial, pengetahuan persepsional.

Faktor kedua adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi informasi tidak memerlukan upaya yang besar dan tidak menimbulkan kerumitan. Semakin mudah suatu sistem dipahami dan dioperasikan, semakin besar kemungkinan individu untuk menerima dan menggunakannya (Siagian et al., 2022; Setiawan, 2022). menjelaskan bahwa asumsi dasar dari persepsi kemudahan adalah bahwa teknologi diciptakan untuk membantu dan menyederhanakan kinerja, bukan untuk mempersulit penggunaanya. Apabila suatu teknologi dianggap mudah dipelajari dan dioperasikan, maka kecenderungan untuk menggunakannya akan semakin meningkat. Indikator persepsi kemudahan meliputi kemudahan dalam dipelajari, kemudahan dioperasikan, proses transaksi yang cepat dan praktis, tampilan aplikasi yang mudah dipahami, serta fleksibilitas penggunaan kapan saja dan di mana saja.

Faktor ketiga persepsi keamanan, yang berkaitan dengan tingkat ketidakjelasan dan potensi dampak yang tidak diharapkan

Persepsi terhadap risiko muncul ketika konsumen tidak dapat memprediksi secara pasti hasil dari keputusan yang diambil. Oleh karena itu, sebelum menentukan pilihan atas suatu produk atau layanan, konsumen cenderung mempertimbangkan tingkat keamanan dan potensi kerugian yang mungkin timbul dari penggunaan produk atau layanan tersebut. Semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan individu untuk menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi (Nguyen et al., 2022; Siagian et al., 2022). Dalam konteks pembayaran digital, indikator persepsi keamanan mencakup jaminan keamanan, dan kerahasiaan data.

Kondisi tersebut mempertegas urgensi dilakukannya penelitian ini. Digitalisasi pembayaran berbasis syariah pada UMKM sektor F&B tidak semata-mata berpengaruh terhadap peningkatan tingkat efisiensi operasional internal, melainkan juga berkontribusi untuk memperluas inklusi keuangan syariah, meningkatkan transparansi transaksi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Bank Indonesia, 2021; Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Bagi pelaku UMKM yang telah menggunakan pembayaran digital syariah, pemanfaatan teknologi ini menjadi bagian penting dalam mendukung kelancaran transaksi usaha yang lebih cepat, praktis, dan terintegrasi. Di tengah persaingan yang semakin kompetitif, penggunaan pembayaran digital syariah juga menjadi strategi adaptif dalam mempertahankan keberlangsungan usaha serta meningkatkan daya tarik bagi konsumen, khususnya generasi muda

yang lebih terbiasa dengan transaksi non-tunai (Asosiasi Fintech Indonesia, 2024). Secara analitis, pengalaman penggunaan tersebut menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital syariah berperan dalam meningkatkan daya kompetitif UMKM di era ekonomi digital.

Sejumlah penelitian terdahulu di Indonesia turut memberikan landasan empiris yang relevan. Penelitian yang dijalankan oleh Sari et al., (2023) serta Namira (2022) mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi minat UMKM dalam pemanfaatan pembayaran digital, melalui menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan persepsi kegunaan.

Penelitian Engko, Limba & Achmad (2023) membuktikan bahwa variabel pengetahuan tersebut memberikan pengaruh minat penggunaan melalui *perceived usefulness* dan berpengaruh terhadap pengetahuan terhadap minat menggunakan melalui *perceived ease of use*. Sedangkan variabel pengetahuan yaitu tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap minat penggunaan QRIS.

Selain itu, Ramdani (2022) mengungkapkan bahwa persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan pelaku usaha di sektor *Food and Beverage* (F&B) dalam pemanfaatan uang digital elektronik sebagai bentuk sarana pembayaran. Sementara itu, penelitian Huweina dan Sartika (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan serta kegunaan memberikan pengaruh

terhadap minat adopsi QRIS, sedangkan risiko dan biaya finansial tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat tersebut.

Selanjutnya, Novison & Poniman (2024) menemukan mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi manfaat bermakna secara statistik memengaruhi minat dalam memanfaatkan *fintech* sebagai sarana pembayaran. Namun, variabel risiko dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Penelitian Putri, Hidrayani & Totalia (2023) mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap sikap serta niat UMKM di Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital, di mana sikap juga terbukti memengaruhi niat penggunaan.

Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya *research gap*. Berdasarkan wawancara awal dengan pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha yang telah mengadopsi pembayaran digital syariah merasakan berbagai manfaat dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Meskipun tingkat pengetahuan mengenai pembayaran digital syariah masih beragam, pengalaman penggunaan secara langsung membantu mereka memahami cara kerja sistem tersebut secara bertahap. Seiring dengan meningkatnya pemahaman, pelaku UMKM semakin terbiasa dan merasa terbantu dalam melakukan transaksi secara lebih efektif dan efisien.

Selain itu, pelaku UMKM juga merasakan kemudahan dalam penggunaan pembayaran digital syariah, terutama karena proses

transaksi dapat dilakukan dengan cepat, praktis, dan mendukung pencatatan transaksi secara otomatis. Kemudahan tersebut membantu pelaku usaha mengelola transaksi dengan lebih baik serta mengurangi potensi kesalahan dalam pengelolaan pembayaran.

Dari sisi keamanan, pelaku UMKM yang menggunakan pembayaran digital syariah menilai bahwa sistem tersebut memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Adanya fitur keamanan seperti verifikasi transaksi dan pencatatan riwayat pembayaran meningkatkan kepercayaan mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Pengalaman positif yang dirasakan terkait kemudahan dan keamanan transaksi turut mendorong tumbuhnya minat serta keinginan pelaku UMKM untuk terus menggunakan pembayaran digital syariah dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan minat penggunaan pembayaran digital syariah di kalangan pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut masih relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam rangka memahami minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.

Berdasarkan berbagai temuan berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan merupakan sebuah variabel krusial yang perlu dianalisis secara lebih mendalam. Akan tetapi, sebagian besar penelitian sebelumnya masih menitikberatkan pada wilayah Jawa,

sementara kajian di Kota Banda Aceh, khususnya pada UMKM sektor F&B berbasis syariah, masih relatif terbatas. Padahal, sektor ini memegang peranan strategis dalam menunjang perekonomian daerah yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Oleh sebab itu, analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat pelaku UMKM F&B di Banda Aceh dalam menggunakan pembayaran digital syariah menjadi penting, baik dari sisi akademis maupun sebagai dasar perumusan kebijakan dan strategi pengembangan bisnis.

Penelitian ini dibatasi pada pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh yang menggunakan sistem pembayaran digital syariah, yaitu *QRIS* dan *mobile banking*, dalam kegiatan usahanya. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada usaha mikro dan usaha kecil sesuai dengan kriteria yang berlaku, yakni usaha mikro dengan aset hingga Rp50.000.000 dan omzet tahunan paling banyak Rp300.000.000, serta usaha kecil dengan aset Rp50.000.000 sampai Rp500.000.000 dan omzet tahunan antara Rp300.000.000 hingga Rp2.500.000.000. Pembatasan ini diterapkan untuk memastikan bahwa hasil penelitian tetap relevan dengan karakteristik UMKM yang menjadi objek kajian. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah Pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh?
3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh?
4. Apakah pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM F&B di Banda Aceh.

2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui apakah pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan pembayaran digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi akademis, praktis, maupun kebijakan, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan teknologi keuangan terkait penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, penyedia layanan pembayaran digital syariah, dan pihak terkait sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan pemanfaatan pembayaran digital syariah guna mendukung efektivitas transaksi dan daya saing usaha.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan pihak terkait dalam merumuskan kebijakan serta program yang mendukung digitalisasi UMKM, peningkatan literasi digital, penguatan keamanan transaksi, dan perluasan inklusi keuangan syariah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan proposal skripsi ini dimanfaatkan agar penyusunan dalam karya ilmiah ini lebih terstruktur dan terarah. Setiap bab dalam penelitian ini meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, beserta sistematika penulisan karya ilmiah.

BAB II : LANDASAN TEORI

Menguraikan tentang teori-teori yang dibutuhkan peneliti dan diambil dari beberapa kutipan. Menggunakan *Grand Theory* yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM).

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan informasi mengenai teknik yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk mengidentifikasi atau mencari fakta terkait permasalahan yang diteliti yang mencakup jenis penelitian, sumber dan jenis data, Teknik pengumpulan data dan juga metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan dan memberi penafsiran terhadap hasil dari pengolahan data serta memberi jawaban atas rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Penulis memaparkan kesimpulan dari hasil yang didapatkan setelah melakukan penelitian dan memberikan saran kepada berbagai pihak skateholder.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)

Theory of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana merupakan pengembangan lanjutan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. *Theory of Planned Behavior* (TPB) salah satu landasan teori utama dalam kajian perilaku manusia yang menjelaskan bahwa niat (*intention*) seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga komponen psikologis utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Ketiga komponen tersebut secara kolektif membentuk niat yang selanjutnya memprediksi perilaku aktual individu (Hagger & Hamilton, 2025). Dalam TPB, *perceived behavioral control* tidak hanya berkontribusi langsung terhadap pembentukan niat, tetapi juga dapat memoderasi hubungan antara sikap atau norma subjektif dengan niat perilaku, sehingga semakin tinggi kemampuan yang dirasakan individu, semakin kuat niat yang terbentuk (Hagger et al., 2022).

Dalam konteks adopsi *e-payment* sebagai media transaksi usaha, TPB menjelaskan bahwa keputusan penggunaan dipengaruhi oleh hubungan antara keyakinan, dorongan internal, serta kecenderungan perilaku yang membentuk minat. Penggunaan *e-payment* berpotensi menciptakan sistem transaksi yang lebih terorganisir dan transparan

karena setiap aktivitas pembayaran tercatat secara real-time, sehingga dapat meminimalkan risiko kecurangan (*fraud*). Namun demikian, keputusan adopsi tidak hanya ditentukan oleh faktor motivasional, melainkan juga oleh faktor non-motivasi sebagaimana dijelaskan dalam TPB, seperti dukungan lingkungan sosial dan kerja sama antar pihak.

Dalam hal ini, kolaborasi antara pelaku usaha, karyawan, serta konsumen menjadi aspek penting dalam membangun kesepahaman penggunaan *e-payment* sebagai alat transaksi. Untuk membentuk persepsi positif di kalangan pelaku UMKM sektor F&B, diperlukan upaya edukasi dan penyampaian informasi yang terarah guna meningkatkan keyakinan dan kesiapan mereka dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Secara analitis, apabila sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku yang dipersepsikan dapat dibangun dengan cara positif, maka pemerataan penggunaan *e-payment* sebagai instrumen transaksi yang lebih praktis dan transparan berpotensi untuk direalisasikan secara lebih luas.

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut kajian teoritis, *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu model yang paling luas digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan serta penggunaan sistem informasi dan teknologi. Model ini banyak diterapkan dalam berbagai konteks organisasi maupun bisnis karena mampu menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan

dan persepsi kegunaan memengaruhi niat serta perilaku pengguna terhadap suatu teknologi (Musa et al., 2024). Dengan demikian, TAM masih dianggap relevan sebagai kerangka analisis dalam menilai adopsi teknologi pada berbagai sektor yang terus berkembang.

Model ini berfokus pada dua konstruk pokok, yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan). *Perceived ease of use* menggambarkan keyakinan seseorang bahwa suatu sistem mampu dioperasikan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar, sedangkan *perceived usefulness* menunjukkan tingkat keyakinan bahwa pemanfaatan sistem mampu mengoptimalkan kinerja maupun produktivitas pengguna. Kedua komponen utama tersebut berperan dalam membentuk sikap pengguna terhadap teknologi (*attitude toward use*), yang kemudian memengaruhi niat perilaku dalam menggunakan teknologi tersebut (*behavioral intention*) (Sidabutar & Hanani, 2025).

Dalam konteks UMKM sektor F&B, terbentuknya persepsi positif terhadap e-payment sebagai sarana transaksi mencerminkan adanya penerimaan teknologi secara sadar dan rasional. Ketika pelaku usaha meyakini bahwa sistem pembayaran digital mudah dioperasikan serta mampu memberikan manfaat nyata bagi efisiensi operasional bisnis, maka dorongan untuk mengadopsinya akan semakin kuat. Kondisi ini menunjukkan mengungkapkan bahwa penerimaan teknologi tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis saja,

tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi pengguna yang berkembang melalui pengalaman penggunaan, pengetahuan, serta informasi yang diterima pengguna (Al-Alwan et al., 2022).

Secara konseptual, *Technology Acceptance Model* (TAM) serta *Theory of Planned Behavior* (TPB) memiliki tujuan yang selaras, yaitu menjelaskan bagaimana persepsi, keyakinan, dan sikap individu memengaruhi proses pengambilan keputusan terhadap suatu perilaku. Dalam konteks organisasi, keputusan yang tepat menjadi unsur penting bagi keberlangsungan dan daya saing usaha. Kedua teori tersebut menerangkan bahwa minat menggunakan *e-payment* dalam transaksi bisnis dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perkembangan teknologi merupakan perubahan signifikan yang sulit dihindari, termasuk transformasi sistem pembayaran menuju uang elektronik dan transaksi digital (Aji et al., 2022). Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat penggunaan, perlu dibangun persepsi positif melalui pengetahuan yang memadai, persepsi kemudahan penggunaan, serta persepsi keamanan, karena ketiga aspek tersebut menjadi fondasi penting dalam mendorong adopsi teknologi secara berkelanjutan (Santos & Liguori, 2024).

2.3 Minat

2.3.1 Pengertian Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat dimaknai sebagai kecenderungan yang kuat, gairah, atau keinginan terhadap suatu hal. Secara konseptual, minat menggambarkan sikap

psikologis serta dorongan internal individu untuk memiliki, memilih, atau melakukan suatu hal yang dianggap menarik dan bernilai. Minat juga dipahami sebagai kecenderungan yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam aktivitas tertentu secara sukarela (Rahmawati & Nugroho, 2023). Selain itu, minat mencerminkan perasaan suka dan ketertarikan terhadap suatu hal objek atau aktivitas tanpa adanya unsur paksaan dari pihak luar, sehingga menunjukkan adanya hubungan psikologis antara individu dengan objek di luar dirinya (Sari et al., 2024). Semakin kuat hubungan psikologis tersebut, sehingga semakin tinggi pula tingkat minat yang terbentuk pada diri seseorang.

Secara teoritis, minat memiliki keterkaitan yang berkaitan erat dengan dorongan internal individu yang memunculkan keinginan untuk berpartisipasi dalam suatu aktivitas tertentu. Minat juga dipahami sebagai bentuk kecenderungan psikologis yang disertai antusiasme tinggi terhadap sesuatu yang dianggap menarik atau bernilai (Pratama & Lestari, 2022). Dengan demikian, secara analitis minat dapat disimpulkan sebagai dorongan yang bersumber dari dalam diri individu untuk melaksanakan suatu aktivitas secara sukarela, yang didasarkan pada ketertarikan, perhatian, serta keyakinan pribadi terhadap objek atau kegiatan tersebut (Hidayat et al., 2024).

2.3.2 Indikator Minat

Indikator pengukuran minat penggunaan dalam sistem elektronik dan pembayaran digital ini mengacu pada pendapat Pavlou (2012), serta Walgito (2004) sebagai berikut:

1. Berniat menggunakan.

Merupakan dorongan internal pelaku UMKM yang mencerminkan ketertarikan dan niat awal untuk memanfaatkan pembayaran digital sebagai alat transaksi dalam kegiatan usahanya.

2. Niat menggunakan di masa mendatang.

Merupakan niat pelaku UMKM untuk memanfaatkan pembayaran digital di masa mendatang sebagai bagian dari aktivitas transaksi usahanya.

3. Ketertarikan pada objek minat.

Merupakan kondisi psikologis pelaku UMKM yang ditandai dengan adanya perhatian dan rasa tertarik terhadap pembayaran digital, sehingga mendorong munculnya minat menggunakan pembayaran digital dalam kegiatan usaha.

2. Kesiediaan untuk terus menggunakan.

Merupakan kecenderungan pelaku UMKM untuk secara konsisten memanfaatkan pembayaran digital dalam transaksi usaha sebagai bentuk niat penggunaan berkelanjutan.

2.4 Pengetahuan

2.4.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan pada dasarnya merupakan sekumpulan data atau informasi yang tersimpan dalam memori individu sebagai hasil dari proses kognitif, pembelajaran, dan pengalaman. Dalam perspektif perilaku konsumen, pengetahuan dipahami sebagai seluruh informasi yang dimiliki individu dan relevan dengan perannya sebagai pelaku pasar, terutama dalam proses mengenali, menilai, serta memilih produk atau jasa (Kotler & Keller, 2021). Sejalan dengan itu, pengetahuan juga mencakup pengalaman, pemahaman, dan informasi yang diperoleh seseorang yang mencakup karakteristik, manfaat, dan risiko suatu produk atau jasa, sehingga dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam bertindak (Rahmawati & Siregar, 2024). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen, maka semakin rasional pula pertimbangan yang digunakan dalam pengambilan keputusan.

Selain itu, pengetahuan juga merupakan informasi yang disadari melalui proses pengamatan dan penggunaan akal budi untuk mengenali objek, situasi, maupun peristiwa, termasuk hal-hal baru yang sebelumnya belum pernah dialami (Wibowo & Prasetyo, 2024). Dengan demikian, pengetahuan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga reflektif karena melibatkan kemampuan individu dalam menafsirkan, memahami, dan mengevaluasi informasi secara kognitif.

Dalam perspektif pemasaran, “pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai seluruh informasi yang dimiliki individu terkait produk, jasa, termasuk karakteristik, fungsi, serta manfaat yang ditawarkan. Pengetahuan tersebut menjadi dasar penting dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan konsumen ketika memilih suatu produk atau layanan (Kotler & Keller, 2021). Selain itu, pengetahuan juga merupakan hasil dari proses mengetahui yang muncul setelah seseorang melihat, mengamati, atau mengalami suatu peristiwa secara langsung maupun tidak langsung. Keingintahuan yang besar akan mendorong seseorang agar dapat terus memperluas wawasan dan memperkaya basis pengetahuannya, sehingga kualitas pertimbangan dalam pengambilan keputusan menjadi semakin baik (Rahman & Putri, 2024). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen, semakin rasional pula dan terarah pilihan yang diambil.

Lebih lanjut, pengetahuan konsumen memiliki peran penting dalam menentukan keputusan pembelian, mulai dari pemilihan produk, jumlah pembelian, tempat transaksi, hingga waktu pembelian. Tingkat pengetahuan yang memadai memungkinkan konsumen melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia sebelum mengambil keputusan (Kotler & Keller, 2021). Secara analitis, semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen, maka semakin rasional, terarah, dan efektif keputusan yang diambil, karena keputusan tersebut didasarkan pada pemahaman yang baik mengenai karakteristik, manfaat, serta kemampuan produk dalam

memenuhi kebutuhan konsumen (Siregar & Handayani, 2024). Dengan demikian, pengetahuan termasuk sebagai faktor utama yang memengaruhi kualitas penentuan pembelian seseorang.

2.4.2 Jenis-Jenis Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen terdiri atas tiga aspek utama, yaitu sebagai berikut (Firmansyah, 2018):

a) Pengetahuan atribut produk.

Konsumen menilai suatu produk berdasarkan karakteristik atau atribut yang dimilikinya. Pemahaman terhadap atribut produk akan memengaruhi proses pengambilan keputusan. Atribut produk terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Atribut fisik.

Yaitu ciri-ciri yang dapat diamati secara langsung, seperti ukuran pada produk gadget yang meliputi panjang, lebar, dan ketebalan

2. Atribut abstrak.

Yaitu karakteristik yang bersifat subjektif dan didasarkan pada persepsi konsumen.

b) Pengetahuan tentang manfaat produk.

Pemahaman terhadap manfaat produk sangat penting karena berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Persepsi konsumen mengenai sejauh mana suatu produk, orang, atau jasa mampu memberikan manfaat tertentu akan memengaruhi

penilaiannya. Pengetahuan mengenai manfaat produk dibagi menjadi dua (Yuniarti V. S., 2015), yaitu:

1. Manfaat Fungsional.

yaitu manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis seperti minum air putih akan menghilangkan haus.

2. Manfaat Psikososial.

Yang mencakup aspek emosional, perasaan, suasana hati, serta persepsi sosial terkait pandangan orang lain terhadap diri konsumen setelah menggunakan produk.

c) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk.

Kepuasan dirasakan konsumen setelah menggunakan produk. Agar kepuasan tercapai, produk harus digunakan secara tepat.

1. Konsumen tidak hanya mendapatkan manfaat, tetapi juga ada mengalami dampak negatif. Misalnya, merokok dapat memberikan efek tertentu, namun juga berdampak buruk bagi kesehatan.
2. Persepsi risiko muncul ketika konsumen mempertimbangkan kemungkinan manfaat negatif berdasarkan persepsinya.

Persepsi risiko dibagi menjadi tujuh yaitu sebagai berikut :

1. Risiko Fungsi terjadi ketika produk tidak sesuai dengan harapan.
2. Risiko Keuangan berkaitan dengan beban finansial setelah pembelian produk atau jasa.
setelah membeli suatu produk atau jasa.

3. Risiko Fisik berupa dampak negatif terhadap kondisi fisik setelah penggunaan produk.
4. Risiko Psikologis terkait dengan kondisi emosi, perasaan, atau ego saat menggunakan atau membeli produk.
5. Risiko sosial, muncul ketika konsumen mempertimbangkan pendapat orang lain dalam keputusan pembelian.
6. Risiko Waktu terjadi akibat waktu yang terbuang dalam penggunaan produk.
7. Risiko hilangnya kesempatan yaitu hilangnya peluang untuk melakukan aktivitas lain karena penggunaan produk atau jasa.

2.4.3 Indikator Pengetahuan

Menurut Brucks (1985) dalam Kotler & Keller (2011) , indikator pengetahuan dalam penggunaan pembayaran digital dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Faktual (*Factual Knowledge*).
Pengetahuan faktual merujuk pada informasi atau data yang objektif tentang produk, pembayaran digital, yang mencakup pemahaman terhadap prosedur transaksi, fitur layanan, biaya, serta aspek keamanan. Pengetahuan faktual ini menjadi dasar bagi pelaku UMKM dalam menggunakan pembayaran digital secara tepat dan efisien dalam kegiatan usahanya.
2. Pengetahuan Eksperiensial (*Experiential Knowledge*)
Pengetahuan eksperiensial merupakan pengetahuan yang diperoleh pelaku UMKM melalui pengalaman langsung dalam

menggunakan pembayaran digital pada kegiatan usahanya. Pengalaman tersebut mencakup praktik menerima pembayaran digital, mengelola transaksi, serta mengatasi kendala teknis yang muncul, sehingga memperkaya pemahaman pelaku UMKM terhadap sistem pembayaran digital.

3. Pengetahuan Persepsional (*Perceptual Knowledge*)

Pengetahuan persepsional merupakan persepsi pelaku UMKM mengenai tingkat pemahamannya terhadap penggunaan pembayaran digital. Pengetahuan ini mencerminkan keyakinan dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengoperasikan sistem pembayaran digital, yang berperan dalam mendorong terhadap minat penggunaan pembayaran digital dalam kegiatan usahanya.

2.5 Kemudahan

2.5.1 Pengertian Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mengacu pada tingkat kepercayaan individu bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha mental maupun fisik yang besar. Dalam kerangka pengambilan keputusan, persepsi ini menjadi salah satu determinan utama terhadap penerimaan sistem, karena ketika seseorang menilai bahwa suatu teknologi tidak sulit dimengerti, dipelajari, dan digunakan, sehingga kecenderungan untuk digunakannya akan lebih tinggi (Venkatesh et al., 2022). Dengan demikian, persepsi kemudahan tidak hanya berkaitan

dengan aspek teknis semata, tetapi juga memiliki dimensi psikologis karena mencerminkan evaluasi subjektif pengguna terhadap beban, kenyamanan, dan kesederhanaan dalam penggunaan teknologi tersebut (Al-Alwan et al., 2023).

Dalam perspektif normatif Islam, prinsip kemudahan (*taysīr*) dipandang sebagai salah satu nilai fundamental dalam ajaran agama. Islam menempatkan kemudahan sebagai bentuk rahmat Allah SWT agar manusia mampu menjalankan kewajiban dengan baik, konsisten, dan penuh semangat, termasuk ketika menghadapi kondisi yang sulit atau menantang (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022). Secara analitis, nilai tersebut sejalan dengan pengembangan sistem teknologi yang dirancang agar tidak memberatkan pengguna, mudah diakses, serta sederhana dalam pengoperasiannya. Dengan demikian, penerapan prinsip kemudahan dalam teknologi dapat mendorong partisipasi masyarakat yang lebih luas dan penggunaan yang berkelanjutan, terutama pada layanan digital berbasis syariah (Ascarya & Yumanita, 2023).

Secara operasional, kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat sejauh mana teknologi informasi mudah dipahami, dipelajari, serta digunakan oleh para penggunanya. Dalam konteks adopsi inovasi, sistem yang dirancang secara sederhana, jelas, dan intuitif cenderung mampu mengurangi resistensi masyarakat terhadap teknologi baru karena tidak menimbulkan beban kognitif yang berlebihan. Oleh sebab itu, antarmuka yang mudah dipahami serta proses penggunaan yang praktis menjadi faktor penting dalam

meningkatkan penerimaan pengguna. Selain itu, intensitas interaksi dan frekuensi penggunaan sistem dapat dijadikan indikator empiris untuk menilai tingkat kemudahan suatu teknologi. Semakin sering teknologi digunakan secara sukarela, maka semakin besar kemungkinan pengguna memandang sistem tersebut mudah dioperasikan dan sesuai dengan kebutuhannya (Irsyad & Hapsari, 2023; Hidayat, 2023).

Dalam konteks pembayaran digital syariah, persepsi kemudahan diartikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa sistem pembayaran tersebut praktis, sederhana, dan tidak menimbulkan kesulitan dalam penggunaannya. Ketika pengguna menilai bahwa layanan pembayaran digital mudah dipahami serta mudah dioperasikan, maka kecenderungan untuk menerima dan memanfaatkannya akan semakin tinggi (Purwanto et al., 2024).

2.5.2 Indikator Kemudahan

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai persepsi pengguna terhadap suatu sistem pembayaran digital mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang besar. Konsep ini menjadi faktor penting dalam mendorong minat dan adopsi teknologi pembayaran digital (Davis, 1989). Adapun indikator kemudahan penggunaan pembayaran digital antara lain sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari.

Pengguna menilai bahwa sistem pembayaran digital mudah dipelajari, bahkan bagi pengguna baru, tanpa memerlukan pelatihan khusus atau waktu adaptasi yang lama. Semakin mudah sistem dipelajari, semakin tinggi tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012).

2. Mudah dioperasikan.

Pembayaran digital dianggap mudah digunakan apabila fitur-fitur yang tersedia sederhana, alur transaksi jelas, dan tidak membingungkan pengguna. Kemudahan pengoperasian akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi secara berulang (Davis, 1989).

3. Proses transaksi cepat dan praktis.

Kemudahan penggunaan juga tercermin dari kecepatan dan kepraktisan dalam menyelesaikan transaksi, seperti proses pembayaran yang tidak berbelit-belit dan dapat dilakukan dalam waktu singkat. Hal ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pengguna beralih ke pembayaran digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

4. Tampilan aplikasi mudah dipahami.

Antarmuka aplikasi pembayaran digital yang jelas, informatif, dan *user-friendly* memudahkan pengguna dalam memahami fungsi dan fitur yang tersedia. Tampilan yang baik akan mengurangi kesalahan penggunaan dan meningkatkan pengalaman pengguna (Venkatesh et al., 2022).

5. Fleksibel dan dapat digunakan kapan saja

Kemudahan penggunaan juga ditunjukkan melalui fleksibilitas sistem pembayaran digital yang bisa diakses setiap waktu dari berbagai lokasi selama terhubung dengan jaringan internet, sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja (Bank Indonesia, 2021).

2.6 Keamanan

2.6.1 Pengertian Keamanan

Keamanan dalam konteks sistem pembayaran digital merupakan keyakinan pengguna bahwa sistem mampu melindungi data pribadi, dana, dan informasi transaksi dari berbagai risiko penyalahgunaan. Persepsi keamanan tercermin dari adanya fitur perlindungan seperti *One-Time Password* (OTP), autentikasi biometrik, notifikasi transaksi, serta mekanisme pencegahan terhadap ancaman seperti phishing dan kebocoran data pribadi. Semakin baik sistem keamanan yang dirasakan pengguna, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan layanan pembayaran digital (Hasna & Karim, 2024).

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), jaminan keamanan yang ditawarkan oleh platform pembayaran digital seperti QRIS dan *mobile banking* berperan dalam membentuk *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan secara aman dan terkendali. Ketika pengguna menilai bahwa sistem

pembayaran memiliki perlindungan yang memadai, maka niat untuk menggunakannya cenderung meningkat (Ajzen, 1991; Yuliana et al., 2022).

Di sisi lain, risiko dipahami sebagai bentuk ketidakpastian yang disertai kemungkinan munculnya konsekuensi yang tidak diinginkan dalam suatu aktivitas. Dalam perilaku konsumen, risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*) merujuk pada ketidakmampuan pengguna untuk memprediksi secara pasti hasil dari keputusan pembelian maupun penggunaan suatu layanan. Oleh karena itu, sebelum memutuskan menggunakan produk atau jasa tertentu, konsumen cenderung melakukan evaluasi terhadap potensi risiko yang mungkin timbul, seperti risiko finansial, keamanan data, maupun kegagalan transaksi (Sajili, 2025; Zusrony et al., 2023).

Dalam konteks adopsi teknologi baru, penyampaian informasi mengenai rekam jejak layanan, kompetensi penyedia sistem, serta mekanisme perlindungan yang tersedia menjadi hal penting untuk mengurangi ketidakpastian pengguna. Informasi yang jelas dan transparan dapat meningkatkan keyakinan bahwa teknologi tersebut aman serta layak digunakan (Noer et al., 2023).

2.6.2 Indikator Keamanan

Menurut Raman Arasu & Viswanathan (2011), indikator keamanan terdiri atas dua aspek:

1) Jaminan Keamanan.

Jaminan keamanan berperan penting dalam menekan kekhawatiran konsumen terhadap kemungkinan penyalahgunaan data pribadi maupun risiko dalam transaksi. Ketika jaminan keamanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen, mereka cenderung lebih bersedia untuk membagikan informasi serta melakukan transaksi dengan rasa aman.

2) Kerahasiaan Data

Kerahasiaan data merupakan aspek yang sangat penting, karena informasi yang jatuh ke tangan pihak yang tidak berwenang dapat menimbulkan kerugian bagi pemiliknya. Oleh karena itu, perlindungan terhadap data konsumen perlu dijaga secara optimal.

2.7 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

2.7.1 Pengertian Usaha Mikro Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pada Bagian I (Ketentuan Umum) Pasal 1 dijelaskan bahwa:

1. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.
2. Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan maupun cabang dari usaha kecil atau usaha besar, baik secara langsung maupun tidak

langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang.

3. Dunia usaha meliputi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, hingga usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan beroperasi di wilayah Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena berkontribusi besar dalam menopang kehidupan masyarakat serta menjadi pilar utama ekonomi. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran. Dalam perspektif halal, setiap usaha produktif dituntut untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan atau penyajian, telah memenuhi ketentuan halal.

2.7.2 Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memberikan batasan UMKM yang berbeda dibandingkan penjelasan sebelumnya. Berdasarkan Pasal 6 yang mengatur kriteria UMKM dari sisi permodalan, ketentuannya adalah sebagai berikut (Suci, 2017):

a) Kriteria Usaha Mikro:

1. Memiliki kekayaan bersih paling tinggi Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2. Memiliki omzet penjualan tahunan maksimal Rp300.000.000,00.

b) Kriteria Usaha Kecil:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00 di luar tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan Rp2.500.000.000,00.

c) Kriteria usaha menengah:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan Rp50.000.000.000,00.

Selain pengelompokan berdasarkan aspek permodalan, klasifikasi UMKM juga dapat dilihat dari jumlah tenaga kerja. Namun, ketentuan mengenai jumlah tenaga kerja tidak diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, melainkan merujuk pada klasifikasi yang ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik. BPS mengelompokkan usaha berdasarkan jumlah pekerja, yaitu usaha mikro dengan 1–4 tenaga kerja, usaha kecil dengan 5–19 tenaga kerja, serta usaha menengah dengan 20–99 tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2020). Klasifikasi ini sering digunakan dalam kajian

akademik dan statistik sebagai pelengkap untuk mengidentifikasi skala usaha UMKM.

2.7.3 UMKM sektor *Food and Beverage* (F&B)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aktivitas ekonomi produktif yang memiliki dasar hukum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang kemudian diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja serta Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Regulasi tersebut menjadi dasar hukum utama dalam pengelompokan dan pembinaan UMKM di seluruh sektor usaha, termasuk *sektor F&B* (Republik Indonesia, 2008; Republik Indonesia, 2020; Republik Indonesia, 2021).

Dalam regulasi tersebut, sektor *Food and beverage* tidak disebutkan secara eksplisit sebagai istilah tunggal, namun diklasifikasikan berdasarkan jenis kegiatan usaha yang bergerak dalam pengolahan, penyediaan, dan penjualan makanan dan/atau minuman. Kementerian Koperasi dan UKM menegaskan bahwa usaha makanan dan minuman merupakan salah satu sektor dominan UMKM karena berkaitan langsung dengan kebutuhan utama masyarakat serta memiliki karakteristik skala usaha mikro hingga menengah (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Berdasarkan pedoman Kementerian Koperasi dan UKM serta penerapan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)

dalam sistem perizinan usaha, jenis usaha yang termasuk dalam UMKM Sektor F&B meliputi:

1. Usaha penyediaan makanan siap saji, yaitu kegiatan usaha yang menyajikan makanan dan minuman untuk dikonsumsi langsung oleh konsumen, seperti rumah makan, warung makan, restoran kecil, dan usaha sejenis yang dikelola dalam skala mikro, kecil, atau menengah (Republik Indonesia, 2021).
2. Usaha minuman dan kafe merupakan jenis usaha yang berfokus pada penyediaan berbagai minuman, seperti kopi, teh, jus, dan minuman olahan lainnya, yang dapat disajikan bersama makanan ringan maupun tanpa makanan pendamping. Bentuk usaha ini mencakup kedai kopi (coffee shop) dan kafe lokal yang beroperasi dalam skala usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta berperan sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif dan jasa kuliner (Lai & Widjaja, 2023).
3. Usaha pengolahan makanan dan minuman, yaitu kegiatan produksi makanan dan minuman olahan seperti kue, roti, makanan ringan, frozen food, serta minuman kemasan skala UMKM yang dipasarkan secara lokal maupun regional (Republik Indonesia, 2008).
4. Usaha katering dan jasa boga, yaitu usaha penyediaan makanan dan minuman berdasarkan pesanan untuk kegiatan tertentu seperti acara keluarga, instansi, atau kegiatan sosial, yang dikelola oleh pelaku usaha mikro, kecil, atau menengah (Republik Indonesia, 2021).

Seluruh jenis usaha tersebut dapat dikategorikan sebagai UMKM sektor F&B sepanjang memenuhi kriteria aset, omzet, dan/atau modal usaha sebagaimana ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, UMKM F&B mencakup berbagai bentuk usaha makanan dan minuman yang bersifat produktif, mandiri, dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional serta menjadi fokus pembinaan oleh Kementerian Koperasi dan UKM.

2.8 Pembayaran Digital Syariah

2.8.1 Pengertian Pembayaran Digital Syariah

Pembayaran digital syariah merupakan sistem transaksi non-tunai yang memanfaatkan teknologi informasi dengan tetap berpedoman pada ketentuan syariah islam, di antaranya meliputi larangan *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), serta *maysir* (spekulatif). Sistem ini dirancang agar aktivitas pembayaran modern tetap berjalan selaras dengan nilai keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap ketentuan halal dalam muamalah (Billah & Saripudin, 2024).

Pembayaran digital merupakan salah satu bentuk sistem pembayaran non-tunai yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mempermudah proses transaksi. Melalui sistem ini, pengguna dapat melakukan pembayaran secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan praktis. Selain meningkatkan kemudahan bertransaksi, pembayaran

digital juga membantu pengguna dalam mencatat, memantau, dan mengelola aktivitas keuangan secara lebih teratur. Di Indonesia, penggunaan pembayaran digital terus mengalami peningkatan seiring dengan semakin luasnya adopsi layanan seperti dompet elektronik, QRIS, dan mobile banking (Sitanggang et al., 2024).

2.8.2 Jenis Aplikasi Pembayaran Digital Syariah

1. QRIS.

Menurut Bank Indonesia (BI) menjelaskan bahwa *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) atau biasa disingkat QRIS merupakan standar *QR Code* Pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk digunakan dalam memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat lebih cepat, mudah, aman, dan andal. Semua Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) yang akan menggunakan *QR Code* Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

- a) Karakteristik aplikasi pembayaran digital syariah yang mendukung QRIS.

1. Sesuai dengan Prinsip Syariah.

QRIS yang digunakan pada aplikasi perbankan syariah berfungsi sebagai instrumen pembayaran yang mendukung transaksi sesuai dengan prinsip syariah, yaitu menghindari unsur riba, gharar, dan maisir serta mendorong transparansi dan keadilan dalam setiap

transaksi. Penggunaan QRIS pada bank syariah juga diarahkan untuk memberikan kemaslahatan dan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi digital secara aman dan efisien (Elisa & Zulinda, 2025).

2. Terintegrasi dengan Mobile Banking Syariah.

Layanan QRIS telah terintegrasi dengan berbagai aplikasi mobile banking syariah, termasuk BSI Mobile, sehingga memungkinkan nasabah melakukan pembayaran secara praktis melalui fitur scan QR. Integrasi QRIS pada mobile banking syariah bertujuan meningkatkan kemudahan, efisiensi, dan manfaat transaksi digital bagi nasabah (Istiqomah et al., 2025)

3. Keamanan dan Kecepatan Transaksi.

QRIS didukung oleh sistem pembayaran digital yang memungkinkan transaksi berlangsung secara cepat, efisien, dan aman. Faktor keamanan, kemudahan, efektivitas, serta kepercayaan pengguna terbukti menjadi faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan QRIS pada layanan mobile banking syariah (Kirana, 2023)

b) Cara Penggunaan Pembayaran Digital Melalui QRIS.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standar nasional kode QR untuk pembayaran digital yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI) guna menyederhanakan dan menyatukan semua kode QR pembayaran yang ada di Indonesia. QRIS memungkinkan pengguna dari beragam aplikasi

pembayaran (*e-wallet*, *mobile banking*, dan lainnya.) untuk melakukan transaksi di seluruh merchant yang menerima QRIS hanya dengan satu jenis kode QR yang sama, tanpa perlu menyesuaikan aplikasi penyedia jasa pembayaran tertentu (Bank Indonesia, 2019). Menurut Bank Indonesia prosedur umum penggunaan QRIS untuk konsumen adalah sebagai berikut:

1. Instal dan buka aplikasi pembayaran yang mendukung QRIS.

Pengguna terlebih dahulu mengunduh aplikasi pembayaran digital dari penyedia jasa pembayaran (mis. *e-wallet* atau *mobile banking*) yang sudah terdaftar dan berizin Bank Indonesia.

2. Pastikan saldo mencukupi.

Pada aplikasi pembayaran yang digunakan, pengguna perlu memastikan bahwa saldo (*e-wallet* atau rekening bank yang terhubung) mencukupi untuk melakukan transaksi.

3. Scan QRIS yang disediakan merchant.

Konsumen mengarahkan kamera ponsel untuk memindai kode QRIS yang ditempatkan oleh merchant atau yang ditampilkan secara dinamis melalui layar alat pembayaran.

4. Masukkan nominal pembayaran (jika diperlukan).

Pada QRIS jenis statis, konsumen memasukkan jumlah nominal secara manual setelah kode dipindai. QRIS dinamis biasanya sudah mencantumkan nominal transaksi sebelum dipindai.

5. Konfirmasi dan masukkan PIN.

Pengguna kemudian memverifikasi jumlah yang tampil di aplikasi, memasukkan PIN atau otentikasi lain sesuai ketentuan aplikasi, lalu mengonfirmasi transaksi.

6. Notifikasi berhasil.

Setelah proses otorisasi selesai, baik konsumen maupun merchant akan menerima notifikasi bahwa transaksi telah berhasil.

2. Mobile Banking.

Mobile banking merupakan salah satu bentuk layanan perbankan digital yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan melalui Peraturan OJK Nomor 21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum, yaitu layanan yang disediakan oleh bank dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui media elektronik untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan secara mandiri tanpa perlu datang langsung ke kantor cabang. Layanan ini mencakup penggunaan aplikasi resmi bank pada perangkat seluler untuk aktivitas seperti pemeriksaan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, serta transaksi keuangan lainnya yang terhubung secara online dan wajib memenuhi prinsip keamanan, autentikasi, serta perlindungan data nasabah sebagaimana ditetapkan oleh OJK (OJK, 2023).

a) Karakteristik Mobile Banking Syariah.

1. Berbasis Layanan Digital Resmi Perbankan.

Mobile banking syariah merupakan bagian dari layanan perbankan digital yang diselenggarakan oleh bank umum syariah atau unit usaha syariah dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui aplikasi elektronik untuk memberikan akses layanan perbankan kepada nasabah secara mandiri tanpa kehadiran fisik di kantor bank (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

2. Prinsip dan Akad Syariah.

Seluruh transaksi yang dilakukan melalui mobile banking syariah wajib menggunakan akad yang sesuai dengan prinsip syariah serta bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Hal ini sejalan dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah yang mengatur bahwa penggunaan uang elektronik syariah harus dilakukan berdasarkan akad yang sah dan tidak boleh mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam (Musfirotin, 2020).

3. Menyediakan Fitur Transaksi Keuangan Syariah.

Mobile banking syariah memfasilitasi berbagai layanan perbankan seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran, dan pembelian produk keuangan syariah melalui satu aplikasi resmi bank yang terhubung secara online dengan

sistem perbankan, sesuai dengan ketentuan layanan digital oleh bank umum syariah (OJK, 2023).

4. Mendukung Transaksi Sosial Keislaman.

Selain fungsi perbankan dasar, *mobile banking* syariah juga mendukung transaksi sosial keislaman seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, dan wakaf sebagai bagian dari fungsi sosial perbankan syariah, sejalan dengan prinsip kemaslahatan dan inklusi keuangan syariah (OJK, 2024).

5. Mengutamakan Keamanan dan Pelindungan Data Nasabah.

Mobile banking syariah wajib menerapkan standar keamanan teknologi informasi, autentikasi, serta pelindungan data nasabah sesuai dengan ketentuan OJK, sehingga menjamin keamanan transaksi digital sekaligus menjaga prinsip amanah dalam perbankan syariah (OJK, 2023).

b) Cara Penggunaan Pembayaran Digital melalui Mobile Banking Syariah:

1. Akses dan Otentikasi Aplikasi.

Nasabah mengakses aplikasi *mobile banking* syariah resmi milik bank melalui perangkat seluler dan melakukan otentikasi menggunakan PIN, kata sandi, atau metode keamanan lain yang ditetapkan bank sesuai ketentuan layanan digital perbankan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

2. Pemilihan Menu Pembayaran atau Transfer.

Setelah berhasil masuk, nasabah memilih menu pembayaran atau transfer dana yang tersedia dalam aplikasi mobile banking sebagai bagian dari fasilitas layanan perbankan digital yang diberikan bank kepada nasabah secara mandiri (OJK, 2023).

3. Pengisian Data Transaksi Pembayaran.

Nasabah menginput data transaksi pembayaran yang diperlukan, seperti nomor tujuan rekening atau akun pembayaran, nominal transaksi, serta jenis pembayaran, sesuai dengan fitur layanan yang disediakan dalam sistem perbankan digital bank syariah (OJK, 2023).

4. Konfirmasi dan Otorisasi Transaksi.

Sebelum transaksi diproses, nasabah melakukan konfirmasi data dan memberikan persetujuan transaksi melalui mekanisme otorisasi keamanan, yang merupakan bagian dari kewajiban penerapan manajemen risiko dan keamanan teknologi informasi dalam layanan digital perbankan (OJK, 2023).

5. Penyelesaian Transaksi dan Bukti Pembayaran.

Setelah otorisasi berhasil, sistem bank akan memproses transaksi secara elektronik dan memberikan notifikasi atau bukti pembayaran kepada nasabah sebagai bentuk penyelesaian transaksi digital yang sah (OJK, 2024).

2.8.3 Kelebihan Pembayaran Digital Syariah

1. Transaksi digital memungkinkan pembayaran atau pembelian dilakukan dengan cepat dan mudah melalui aplikasi pembayaran secara digital.
2. Pencatatan yang akurat dan tersedia dalam bentuk data, memudahkan analisis dan manajemen keuangan.

2.8.4 Kekurangan Pembayaran Digital Syariah

1. Munculnya kejahatan seperti *hacker* yang dapat merugikan nasabah misalnya kejahatan skimming yang dapat mengura saldo yang dimiliki nasabah
2. Tidak semua orang dapat mengakses internet, terutama wilayah-wilayah pedesaan yang belum terjangkau teknologi komunikasi dan informasi termasuk jaringan internet.
3. Kurangnya anonimitas dimana data-data pribadi dan data transaksi baik jumlah, waktu dan penerima masih dapat diakses oleh pihak-pihak lain yang tidak berkepentingan.
4. Adanya pembatasan, misalnya adanya batasan saldo minimum atau maksimum, batasan transfer baik nilai nominalnya maupun volumenya.

2.9 Penelitian Terkait

Dalam rangka memperjelas fokus dan posisi penelitian, diperlukan kajian pustaka terhadap berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Tinjauan ini berfungsi sebagai landasan konseptual sekaligus pembandingan untuk mengidentifikasi persamaan maupun

perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Secara analitis, langkah ini penting untuk memastikan adanya kontribusi ilmiah yang jelas, baik dalam bentuk penguatan temuan sebelumnya maupun pengisian celah penelitian (*research gap*) yang masih terbuka.

Penelitian yang dilakukan oleh Huweina dan Sartika (2024) berjudul “Analisis Faktor-Faktor Minat Adopsi Layanan Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Pelaku UMKM Sektor *Food and beverage* Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model Termodifikasi” bertujuan untuk menganalisis determinan minat adopsi layanan transaksi digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) melalui perspektif pelaku UMKM sektor *Food and beverage* di Kota Malang. Studi ini mengadopsi kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi dengan melibatkan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived trust*, *perceived risk*, dan *perceived financial cost*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda terhadap 60 responden. Dari hasil penelitian tersebut terdapat persamaan dengan penelitian ini sama-sama meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat tentang adopsi QRIS pada pelaku UMKM Sektor *Food and beverage* dengan menggunakan pendekatan TAM. Kemudian dari hasil penelitian tersebut terdapat perbedaan penelitian mengenai variabel penelitian persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan,

risiko dan biaya keuangan. dan hanya berfokus pada adopsi QRIS saja. Penelitian dilakukan di Kota Malang. Sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh dan hanya meneliti mengenai faktor pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Dan penelitian ini berfokus pada QRIS dan *Mobile Banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Novison dan Poniman (2024) berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech sebagai Alat Pembayaran oleh UMKM di Kota Batam” bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan fintech sebagai instrumen pembayaran. Dari total sekitar 81.575 UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Batam, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 UMKM menggunakan rumus Slovin dengan metode *simple random sampling*. Dari hasil penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian. Penelitian ini sama-sama menganalisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan fintech sebagai alat pembayaran pada UMKM. Dan faktor yang diteliti sama yaitu variabel persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan/risiko. Kemudian dari hasil penelitian terdapat perbedaan. Penelitian tersebut hanya meneliti garis besar UMKM saja dan tempat penelitian di Kota Batam. Sedangkan penelitian ini meneliti tentang UMKM secara spesifik yaitu UMKM Sektor Food and Beverage yang telah menggunakan pembayaran digital syariah berupa QRIS dan *Mobile Banking* Syariah di Banda Aceh.

Penelitian dilakukan oleh Engko, Limba & Achmad (2023) berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan QRIS Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Sebagai Variabel Mediasi”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Sebagai Variabel Mediasi dalam hubungan pengetahuan dan minat bertransaksi menggunakan layanan *Quick Response Indonesian Standart* (QRIS). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM Coffee shop yang menggunakan QRIS. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Sampling Jenuh dengan jumlah 43 pelaku usaha UMKM Coffee shop sebagai responden. Alat uji yang digunakan adalah SmartPLS 3 dengan metode analisis PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modelling*). Dari hasil penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian. Yaitu menganalisis variabel pengetahuan UMKM sektor F&B pada minat bertransaksi menggunakan QRIS dengan teori TAM. Kemudian dari hasil penelitian terdapat perbedaan penelitian tersebut hanya meneliti UMKM saja dan menggunakan variabel mediasi dan perbedaan lokasi penelitian. Sedangkan penelitian ini meneliti tentang UMKM Sektor Food and Beverage dan tidak menggunakan variabel mediasi hanya menggunakan variabel Y. Dan penelitian ini dilakukan di Banda Aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, Hindrayani, dan Totalia (2023) berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerapan

Metode Pembayaran Digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surakarta dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0” bertujuan untuk menganalisis determinan sikap dan niat UMKM Kota Surakarta dalam mengimplementasikan sistem pembayaran digital. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan melibatkan 384 responden yang merupakan pelaku UMKM yang telah mengadopsi pembayaran digital. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui *purposive sampling*, dengan kriteria UMKM yang telah menerapkan sistem pembayaran digital. Analisis data dilakukan menggunakan metode SEM-PLS. Dari hasil penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pembayaran digital bagi UMKM. Kemudian terdapat perbedaan. Penelitian tersebut hanya meneliti garis besar UMKM saja dan tempat penelitian di Kota Surakarta. Kemudian mencari faktor yang mempengaruhinya terhadap sikap dan niat untuk penggunaan UMKM terhadap pembayaran digital. Sedangkan penelitian ini meneliti garis besar UMKM sektor *Food and beverage* di Banda Aceh. Dan hanya mencari faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM Sektor *Food and beverage*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari, Muhammad, Sholihin, dan Adella (2023) berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Islamic Fintech” bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang

memengaruhi minat UMKM dalam memanfaatkan layanan Islamic Fintech sebagai sarana transaksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik *cluster/area sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala Likert yang disebarakan kepada pelaku UMKM di Kota Bukittinggi. Dari hasil penelitian tersebut terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM menggunakan pembayaran digital. Dan sama menggunakan metode kuantitatif. Kemudian terdapat perbedaan yaitu penelitian tersebut hanya meneliti UMKM saja dan perbedaan faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor efisiensi, kegunaan, mudah digunakan, risiko keamanan, dan pengetahuan. Namun penelitian ini meneliti UMKM Sektor F&B dan Faktor yang mempengaruhi hanya pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramdani (2022) berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pelaku Bisnis *Food and beverage* (F&B) dalam Menggunakan Uang Elektronik sebagai Metode Pembayaran” bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian hipotesis sebagai dasar perumusan dan analisis masalah. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden sebagai subjek penelitian. Dari hasil

penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian yaitu sama sama meneliti sektor F&B dalam menggunakan pembayaran digital. Dan sama sama menggunakan pendekatan kuantitatif. Kemudian terdapat perbedaan dari hasil penelitian tersebut yaitu perbedaan faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu Persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kegunaan. Penelitian tersebut dilakukan di Yogyakarta dan hanya berfokus pada Uang Elektronik saja. Namun penelitian ini Faktor yang mempengaruhi hanya pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Dan penelitian ini berfokus kepada pembayaran digital syariah berupa QRIS dan *Mobile Banking* .Kemudian penelitian ini dilakukan di Banda Aceh

Penelitian yang dilakukan oleh Namira (2022) berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran” bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap niat penggunaan layanan e-Payment. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi seluruh pelaku UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang sebanyak 2.062 unit usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan rumus Slovin untuk menentukan jumlah responden. Dari hasil penelitian tersebut terdapat persamaan penelitian sama sama meneliti Faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM menggunakan *e-Payment* sebagai metode pembayaran. Dan sama

sama menggunakan metode kuantitatif. Kemudian dari hasil penelitian tersebut terdapat perbedaan yaitu perbedaan faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi resiko. Penelitian dilakukan di Kota Padang. Namun penelitian ini faktor yang mempengaruhi minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor *Food and Beverage* hanya variabel pengetahuan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan. Dan penelitian ini dilakukan di Banda Aceh.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No.	Penelitian (tahun) Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Huweina dan Sartika (2024).’’Analisis Faktor- Faktor Minat Adopsi Layanan Pembayaran Quick Responce Code Indonesian Standard (QRIS) Pada pelaku UMKM Sektor <i>Food and beverage</i> menggunakan kerangka Technology Acceptance Model Termodifikasi.’’	Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	menunjukkan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat adopsi QRIS, diikuti oleh perceived trust yang juga memberikan kontribusi signifikan. Ketiga variabel tersebut secara simultan menjelaskan pengaruh sebesar 55,19% terhadap niat adopsi. Sebaliknya, perceived risk dan perceived financial cost tidak terbukti berpengaruh signifikan, dengan tingkat hubungan yang tergolong sangat rendah hingga rendah terhadap intensi penggunaan.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Penelitian (tahun) Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Novison dan Poniman (2024). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran Oleh UMKM di Kota Batam".	Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif	menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan fintech sebagai alat pembayaran. Namun demikian, variabel risiko dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan fintech.
3.	Engko, Limba & Achmad (2023). " Pengaruh Pengetahuan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan QRIS Dengan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Sebagai Variabel Mediasi"	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer	Hipotesis yang diterima yaitu pengaruh terhadap pengetahuan terhadap minat menggunakan melalui <i>perceived usefulness</i> dan pengaruh terhadap pengetahuan terhadap minat menggunakan melalui <i>perceived ease of use</i> . Sedangkan hipotesis yang ditolak yaitu pengetahuan berpengaruh secara langsung terhadap minat menggunakan QRIS.

Tabel 2.1 - Lanjutan

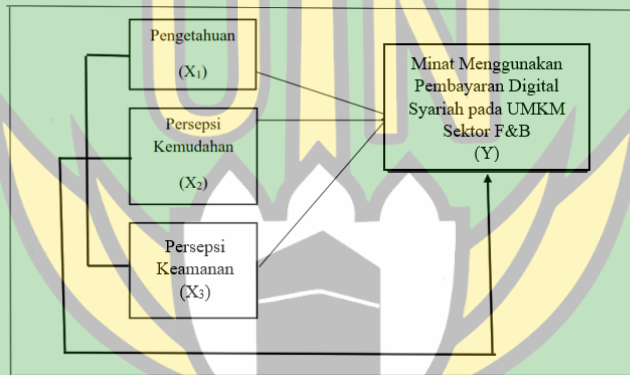
No	Penelitian (tahun) Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Filza Ramdani (2022) Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pelaku bisnis <i>Food and beverage (F&B)</i> dalam menggunakan uang elektronik sebagai metode pembayaran	Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengidentifikasi hipotesis untuk merumuskan masalah baru. Pendekatan kuantitatif melibatkan pengumpulan, analisis, interpretasi, dan pencatatan hasil penelitian.	menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sementara itu, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan.
5.	Lidya Namira (2022) Faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM di Kota Padang menggunakan e-Payment sebagai metode pembayaran	Metode yang digunakan metode kuantitatif	menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan e-Payment. Persepsi kemudahan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Selain itu, persepsi risiko turut berpengaruh terhadap minat UMKM dalam memanfaatkan layanan e-Payment sebagai alat pembayaran.

2.10 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2019), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan

masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Disebut sebagai jawaban sementara karena hipotesis baru akan terbukti benar atau salah setelah diuji melalui pengumpulan dan analisis data empiris. Dengan demikian, hipotesis berfungsi sebagai pedoman atau arah penelitian dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti serta membantu peneliti tetap fokus pada tujuan penelitian yang telah dirumuskan (Hamdani & Sa'diyah, 2025).

Gambar 2.2
Skema Kerangka Berfikir



Keterangan:

→ = Secara Parsial

→ = Secara Simultan

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa panah Pengetahuan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Keamanan (X3) Berpengaruh Positif terhadap Minat penggunaan Pembayaran Digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh (Y).

2.11 Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis adalah proses merumuskan dugaan atau jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang didasarkan pada landasan teori, temuan penelitian sebelumnya, dan kerangka konseptual. Hipotesis berfungsi sebagai panduan untuk menguji hubungan antarvariabel dalam penelitian, sehingga penelitian menjadi lebih terarah dan sistematis.

Menurut Sugiyono (2023), hipotesis merupakan pernyataan sementara yang diajukan sebagai jawaban terhadap masalah penelitian dan nantinya akan diuji kebenarannya melalui analisis data. Hipotesis yang dikembangkan biasanya bersifat operasional, artinya dapat diukur melalui variabel penelitian.

Selain itu, Menurut Creswell dan Creswell (2023), hipotesis dalam penelitian kuantitatif merupakan prediksi atau dugaan mengenai hubungan antarvariabel yang disusun berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Hipotesis berfungsi sebagai pedoman dalam proses pengumpulan data, pemilihan metode analisis, serta pengujian empiris untuk menentukan apakah hubungan yang diprediksi didukung oleh data penelitian.

2.11.1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B

Pengetahuan (*knowledge*) merupakan tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep, mekanisme, manfaat, serta

prinsip-prinsip yang melekat pada suatu teknologi. Dalam konteks pembayaran digital syariah, pengetahuan tidak hanya mencakup pemahaman teknis penggunaan aplikasi, tetapi juga pemahaman terhadap prinsip syariah seperti terhindar dari *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta kepatuhan terhadap fatwa dan ketentuan yang ditetapkan oleh otoritas syariah.

Pengetahuan dan literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam membentuk minat pelaku usaha untuk menggunakan layanan pembayaran digital syariah. Semakin tinggi pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep, manfaat, dan prinsip syariah yang mendasari sistem pembayaran digital, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut (Agustina & Riyanto, 2023)

Penelitian lain oleh Fauzi dan Anwar (2023) dalam Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah juga menyatakan bahwa rendahnya tingkat pengetahuan menjadi salah satu hambatan utama adopsi pembayaran digital syariah pada UMKM. Temuan ini sejalan dengan teori adopsi inovasi dan pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menempatkan pengetahuan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi minat penggunaan teknologi. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengajukan hipotesis:

H₁: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B

2.11.2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B

Kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan persepsi pelaku UMKM terhadap sejauh mana sistem pembayaran digital syariah dapat digunakan dengan mudah, tidak rumit, dan tidak memerlukan usaha yang besar dalam kegiatan transaksi. Dalam konteks pembayaran digital syariah, kemudahan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis penggunaan aplikasi, tetapi juga mencakup kejelasan prosedur, kemudahan memahami fitur, serta kesederhanaan mekanisme transaksi yang tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Sebayang, Sheldon, dan Hendryanto (2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berperan penting dalam meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi layanan pembayaran digital. Sistem yang mudah dipelajari dan dioperasikan akan meningkatkan persepsi manfaat sehingga mendorong penerimaan teknologi oleh pengguna.

Penelitian lain oleh Fauzi dan Anwar (2023) dalam Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital syariah, khususnya pada pelaku UMKM. Temuan ini sejalan dengan pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang

menegaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh langsung terhadap minat penggunaan teknologi. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengajukan hipotesis:

H₂: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B

2.11.3. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B

Keamanan (*perceived security*) merupakan persepsi pelaku UMKM terhadap kemampuan sistem pembayaran digital syariah dalam menjaga kerahasiaan data, melindungi informasi keuangan, serta menjamin keabsahan dan keandalan transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Dalam pembayaran digital syariah, aspek keamanan tidak hanya berkaitan dengan perlindungan teknis, tetapi juga mencakup kepastian bahwa transaksi dilakukan secara transparan, adil, dan terbebas dari unsur penipuan yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah.

Menurut Rahmawati dan Nugroho (2023) dalam Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah (terindeks SINTA), persepsi keamanan berperan penting dalam membangun kepercayaan dan minat pengguna terhadap layanan keuangan digital syariah. Pelaku usaha yang merasa yakin bahwa sistem pembayaran digital syariah

aman dan terpercaya cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya.

Bagi UMKM sektor F&B, keamanan menjadi faktor krusial karena transaksi dilakukan secara rutin dan melibatkan dana usaha serta data pelanggan. Penelitian oleh Fauzi et al. (2024) dalam Jurnal Manajemen Bisnis Syariah menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan pembayaran digital syariah. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, semakin besar minat pelaku usaha untuk mengadopsi sistem pembayaran digital syariah dalam kegiatan usahanya. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap penelitian ini. Oleh karena itu,peneliti mengajukan hipotesis:

H₃: Persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM sektor F&B

2.11.4. Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap minat penggunaan pembayaran Digital syariah pada UMKM sektor F&B

Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B. Minat

individu dalam menggunakan sistem pembayaran digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pemahaman pengguna terhadap sistem, persepsi kemudahan penggunaan, serta persepsi keamanan dan risiko transaksi. Pengetahuan yang memadai membantu pengguna memahami manfaat dan cara kerja layanan pembayaran digital, sementara persepsi kemudahan penggunaan meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu, persepsi keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan mengurangi kekhawatiran terhadap risiko yang mungkin timbul saat melakukan transaksi digital (Manalu et al., 2022)

H₄: Pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan Pembayaran Digital Syariah pada UMKM sektor F&B

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Pendekatan asosiatif dalam penelitian ilmiah adalah suatu pendekatan dalam *quantitative research* yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih, di mana fokus utamanya adalah pada kekuatan dan arah hubungan atau tersebut tanpa serta-merta menyatakan hubungan sebab-akibat yang mutlak. Hal ini dapat digunakan untuk menguji kebenaran teori yang telah ada maupun sebagai dasar dalam pengembangan teori baru melalui pembuktian empiris terhadap hubungan antar variabel yang diteliti (Hamdani & Sa'diyah, 2025). Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik, dengan subjek penelitian berupa UMKM sektor F&B di Banda Aceh.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2023). Populasi penelitian ini yaitu seluruh UMKM sektor *Food and Bevarage* di Kota Banda Aceh dengan total UMKM sektor F&B di banda Aceh 31 Desember 2025 yaitu 11,309 unit usaha. Dari total UMKM di Banda Aceh yaitu 34.449 unit usaha (BPK Perwakilan Aceh).

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini merupakan sebagian dari populasi UMKM sektor F&B yang skala usaha mikro dan kecil yang sudah menggunakan pembayaran digital syariah, dipilih untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Menurut Sugiyono (2023:138), sampel adalah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dan pemilihannya dilakukan agar penelitian dapat berlangsung lebih efisien tanpa mengurangi kemampuan peneliti dalam melakukan generalisasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *sampel probability sampling* dengan metode *random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi responden penelitian (Sugiyono, 2023: 129).

Penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael, hal ini dikarenakan jumlah populasi diketahui. Adapun rumusnya sebagai berikut (Sugiyono, 2023).

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

Keterangan:

S = Jumlah sampel

λ^2 = ChiSquare (3,841)

d = Tingkat kepresisian sampel (10% = 0,1)

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

Maka jumlah sampel yang akan di ambil sebagai berikut.

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

$$s = \frac{3,841 \times 11.309.607 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2 (11.309.607 - 1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{3,841 \times 11.309.607 \times 0,25}{0,01 \times 11.309.606 + 3,841 \times 0,25}$$

$$s = \frac{3,841 \times 2.827.401,75}{113.096,06 + 0,96025}$$

$$s = \frac{10.857.000}{113.097,02}$$

$$s = 95,99$$

$$s = 96$$

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan bahwa jumlah sampel (S) $95,99 = 96$. Maka penelitian ini menggunakan data dari 96 responden. Jenis tehnik random sampling yang dilakukan pada pelaku UMKM kategori F&B untuk kalangan aset 50-500 juta Rupiah dengan omset 300-2,5 M pertahun atau termasuk kedalam mikro&kecil.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi atau objek penelitian.

Data primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian yang diteliti (Sugiyono, 2019). Data primer yang dikumpul dalam penelitian ini nantinya diperoleh langsung dengan memberikan koesioner kepada pelaku UMKM Sektor F&B di Banda Aceh yang menggunakan pembayaran digital syariah.

3.3.2 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk memperoleh data dari

responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang terdapat pada masing-masing variabel penelitian, yaitu pengetahuan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan minat penggunaan pembayaran digital syariah. Kuesioner terdiri atas dua bagian yaitu:

1. Bagian yang memuat karakteristik responden
2. Bagian yang berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi secara langsung lokasi usaha responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh yang telah menggunakan pembayaran digital syariah. Peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi kesesuaian responden dengan karakteristik sampel yang telah ditetapkan. Setelah memperoleh persetujuan dari responden untuk berpartisipasi dalam penelitian, peneliti membagikan tautan (*link*) kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Form*. Pengisian kuesioner dilakukan secara mandiri oleh responden menggunakan perangkat elektronik yang dimiliki, seperti telepon genggam. Selama proses pengisian berlangsung, peneliti memberikan pendampingan apabila terdapat pernyataan yang kurang dipahami oleh responden guna memastikan data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Kuesioner yang disebarkan berupa pernyataan-pernyataan yang harus dijawab dengan 4 pilihan jawaban.

Dalam hal ini, penulis membuat pernyataan dengan 4 alternatif jawaban, di mana hanya satu jawaban yang akan dipilih. Untuk

memudahkan evaluasi jawaban, penulis memberikan skala *Likert* pada setiap pilihan jawaban dari pernyataan tersebut, yaitu 4 untuk jawaban sangat positif dan 1 untuk jawaban sangat negatif. Kemudian format evaluasinya adalah sebagai berikut:

- 1) Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1
- 2) Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
- 3) Jawaban S (setuju) diberi nilai 3
- 4) Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 4

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan peneliti untuk memperoleh informasi dan menarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2023), variabel adalah suatu atribut, nilai, atau sifat dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis. Variabel bebas diartikan sebagai variabel yang memengaruhi variabel terikat dengan dua kemungkinan berpengaruh yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Adapun dalam penelitian ini akan diambil Pengetahuan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Persepsi Keamanan (X3) yang akan memengaruhi minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.

3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan bagaimana masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur secara konkret menggunakan indikator yang dapat diuji secara empiris. Operasionalisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Pengetahuan (X1) merupakan informasi dan pengalaman yang tersimpan dalam ingatan individu serta diperoleh melalui proses pengamatan dan pembelajaran. Dalam konteks konsumen, pengetahuan berkaitan dengan pemahaman terhadap produk atau jasa serta fungsinya dalam memenuhi kebutuhan	1. Pengetahuan Faktual (Factual Knowledge) 2. Pengetahuan Eksperiensial (Experiential Knowledge) 3. Pengetahuan Persepsional (Perceptual Knowledge) Brucks (1985) dalam Kotler & Keller (2011)	Likert
2	Persepsi kemudahan (X2) dimaknai sebagai sejauh mana individu meyakini bahwasan adanya teknologi seperti pembayaran digital syariah dapat bebas dari usaha dan masalah. Hal ini dimaknai dengan semakin tinggi intensitas Pelaku UMKM Sektor <i>Food and Beverage</i> dalam menggunakan pembayaran digital syariah menandakan munculnya persepsi kemudahan dari Pelaku UMKM Sektor <i>Food and Beverage</i> itu sendiri.	1. Mudah Dipelajari. 2. Mudah Dioperasikan. 3. Proses transaksi cepat dan praktis. 4. Tampilan aplikasi mudah dipahami. 5. Fleksibel dan dapat digunakan kapan saja. Davis, F. D. (1989)	Likert

Tabel 3.1-Lanjutan

No.	Definisi Variabel	Indikator	Skala
3	Persepsi keamanan (X3) diartikan sebagai kepercayaan bahwa setiap transaksi memiliki jaminan keamanan seperti jaminan data pribadi dan uang yang tersimpan secara online terdata dengan benar. Dengan adanya jaminan tersebut maka para Pelaku UMKM Sektor <i>Food and Beverage</i> akan berpersepsi bahwa pembayaran digital aman dijadikan alat transaksi	1. Jaminan Keamanan 2. Kerahasiaan Data Raman Arasu dan Viswanathan (2011)	Likert
4	Minat Penggunaan (Y) adalah suatu tindakan atau keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan kegiatan yang diinginkan.	1. Berniat menggunakan 2. Niat menggunakan di masa mendatang 3. Ketertarikan pada objek minat 4. Kesiediaan untuk terus menggunakan Pavlou (2012), serta Walgito (2004)	Likert

Instrumen penelitian yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan pembayaran digital pada UMKM sektor *Food and Beverage* di Banda Aceh.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator. Dalam penelitian kuantitatif,

skala yang paling umum dan sesuai untuk kuesioner adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2023), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang mengenai suatu fenomena sosial yang telah ditetapkan sebagai variabel penelitian. Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian adalah skala empat poin, yaitu:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	3
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

3.6 Metode Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022), uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaan mampu merepresentasikan konstruk atau variabel yang diteliti. Pengujian validitas umumnya dilakukan dengan mengorelasikan skor setiap item dengan skor total menggunakan korelasi Pearson Product Moment melalui perangkat lunak statistik, seperti IBM SPSS Statistics. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% atau apabila nilai signifikansi (p -value) lebih kecil dari 0,05.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuisisioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik berfungsi untuk mengetahui apakah data yang di miliki erdistribusi normal, bebas dari gejala multikolineritas dan gejala heteroskedastisitas. Uji Asumsi klasik dijabarkan berikut:

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Creswell dan Creswell (2023), pengujian asumsi normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi analisis parametrik. Data yang berdistribusi normal atau mendekati normal akan menghasilkan estimasi model yang lebih akurat sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan secara tepat. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Namun demikian, hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat

membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal probability plot adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Sugiyono (2022), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami multikolinearitas sehingga setiap variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara optimal tanpa dipengaruhi oleh hubungan yang tinggi dengan variabel independen lainnya. Variabilitas variabel bebas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya diukur menggunakan nilai cut-off ≥ 10 , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menilai apakah terdapat ketidaksamaan variance residual untuk semua pengamatan pada model regresi *linear*. Jika tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi).

Menurut Sugiyono (2022), pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi setiap variabel independen lebih besar dari 0,05. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen dalam model regresi. Kriteria penilaiannya adalah apabila nilai signifikansi (sig.) masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas. Dengan penggunaan Uji Glejser ini, peneliti dapat memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lanjutan.

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah dugaan sementara yang diajukan peneliti dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis statistik. Menurut Sugiyono (2023),

pengujian hipotesis merupakan langkah untuk membuktikan pengaruh antar variabel yang telah dirumuskan dalam penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan regresi linear berganda dengan memanfaatkan hasil perhitungan SPSS versi 25.

3.7.1 Analisis Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda sebagai pengujian untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan(X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi keamanan (X3) terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM Sektor *Food and beverage* di Banda Aceh.

Regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM Sektor *Food and beverage*

α = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = koefisien regresi pengetahuan

b_2 = koefisien regresi persepsi kemudahan

b_3 = koefisien regresi persepsi keamanan

X1 = variabel pengetahuan

X2 = variabel persepsi kemudahan

X3 = variabel persepsi keamanan

e = residual/error

3.7.2 Uji T (Parsial)

Menurut Sugiyono (2022), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Variabel independen dinyatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, atau apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel pada tingkat kepercayaan 95%.

1. H_0 diterima maka H_a ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas(Sig) $< 0,05$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas (Sig) $> 0,05$

3.7.3 Uji F (Simultan)

Uji koefisien secara simultan atau bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara kolektif berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian tersebut bertujuan untuk melihat apakah variabel pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.

1. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya semua

variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.8. Koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2022), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen pada model regresi. Semakin besar nilai R^2 , semakin besar pula kemampuan model dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen, sedangkan nilai yang kecil menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain di luar model yang memengaruhi variabel dependen.

Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 hingga 1. Nilai mendekati 1 berarti model semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai mendekati 0 berarti variabel independen hanya mampu menjelaskan sebagian kecil dari perubahan variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, uji R^2 digunakan untuk menilai seberapa besar variabel independent mampu menjelaskan variabel dependent secara keseluruhan. Hasil R^2 juga membantu

peneliti memahami kekuatan prediktif model regresi linear berganda yang digunakan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskriptif Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh yang merupakan ibu kota Provinsi Aceh. Sebagai pusat pemerintahan provinsi, Kota Banda Aceh juga berperan sebagai pusat aktivitas ekonomi, perdagangan, serta jasa di wilayah tersebut. Sebagai pusat aktivitas ekonomi, Banda Aceh memiliki perkembangan UMKM yang cukup pesat, khususnya pada sektor F&B yang menjadi salah satu sektor dominan dalam kegiatan usaha masyarakat. Berdasarkan data 31 Desember Tahun 2025, jumlah UMKM sektor F&B di Provinsi Aceh tercatat sebanyak 11.309 unit usaha, dari total dari seluruh UMKM yang berada di Kota Banda Aceh mencapai 34.449 unit usaha. Angka tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM, khususnya UMKM sektor F&B, memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendukung perekonomian daerah serta menjadi salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat di Kota Banda Aceh. Oleh karena itu, Kota Banda Aceh dipilih sebagai lokasi penelitian karena dianggap relevan dan representatif untuk mengkaji perilaku serta minat pelaku UMKM sektor F&B terhadap penggunaan pembayaran digital, khususnya dalam mendukung kelancaran transaksi dan peningkatan kinerja usaha.

Objek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM dengan skala usaha mikro dan kecil pada sektor F&B yang menjalankan usaha di bidang makanan dan minuman di Banda Aceh yang telah

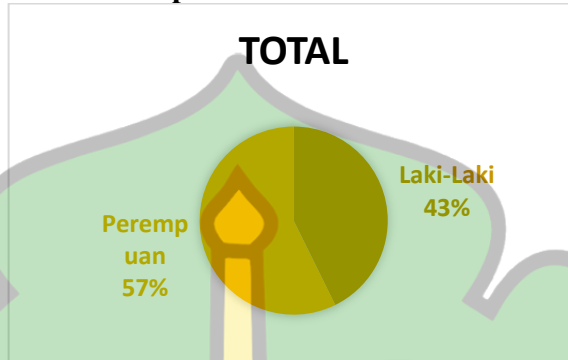
mengenal atau menggunakan pembayaran digital syariah berupa *QRIS* atau *Mobile Banking* sebagaimana kriteria yang telah ditetapkan dalam batasan penelitian. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B di Banda Aceh.

4.2. Gambaran Responden

4.2.1. Karakteristik Responden

Kuesioner disebarkan melalui *Google Form* dan telah diisi oleh 96 pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh. Dalam penelitian ini, beberapa karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, lama usaha, metode pembayaran transaksi, serta skala usaha. Karakteristik tersebut akan dijelaskan lebih lanjut melalui diagram yang menyajikan data responden sebagai berikut.

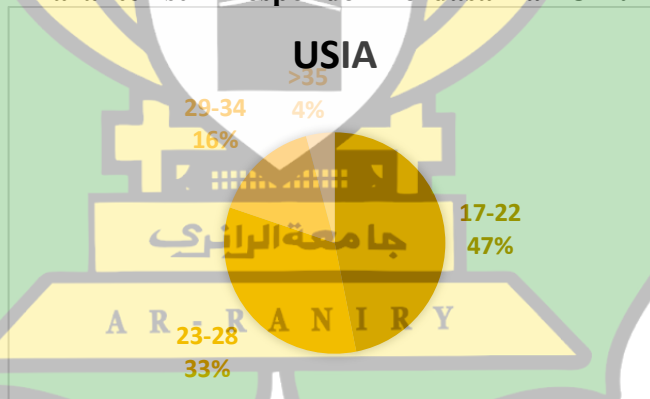
Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan gambar 4.1 mengenai jenis kelamin responden menunjukkan bahwa dari 96 responden, sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 55 orang atau 57%. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 41 orang atau 43%.

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

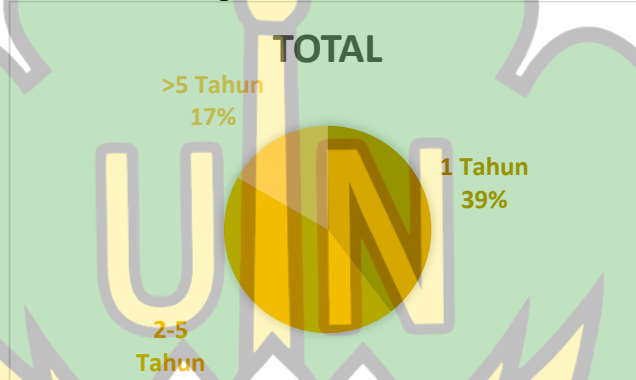


Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Gambar 4.2, distribusi usia responden menunjukkan bahwa dari total 96 responden, mayoritas berada pada rentang usia 17–22 tahun sebanyak 45 orang atau 47%. Selanjutnya, responden

berusia 23–28 tahun berjumlah 32 orang atau 33%. Responden dengan usia 29–34 tahun tercatat sebanyak 15 orang atau 16%, sedangkan responden yang berusia di atas 35 tahun berjumlah 4 orang atau 4%.

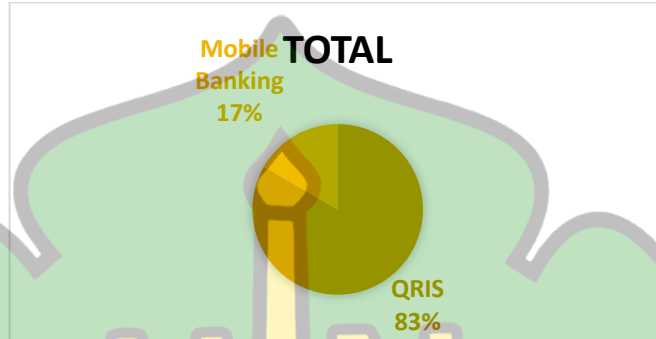
Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha



Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan gambar 4.3 diagram lama usaha menunjukkan bahwa dari 96 responden, sebagian besar responden yang lama usahanya telah berjalan selama 2-5 Tahun yaitu sebanyak 42 orang atau 44%. Selanjutnya responden yang lama usahanya telah berjalan selama 1 tahun sebanyak 38 orang atau 39%, sedangkan responden yang lama usahanya sudah berjalan lebih dari >5 tahun sebanyak 16 orang atau 17%.

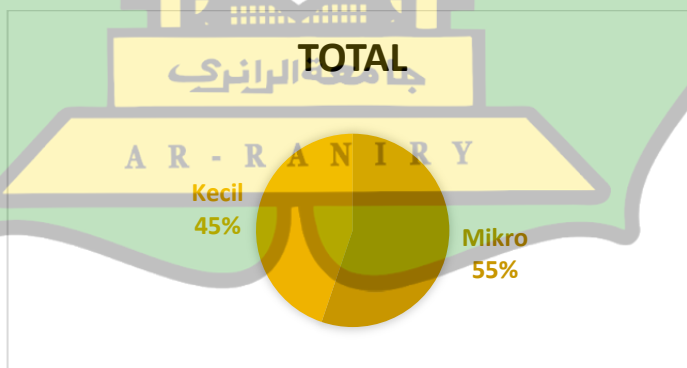
Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran Transaksi



Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan gambar 4.4 diagram metode pembayaran transaksi menunjukkan bahwa dari 96 responden, sebagian telah menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran digital syariah sebanyak 80 orang atau 83%, dan selanjutnya responden yang telah menggunakan *Mobile Banking* sebagai metode pembayaran digital syariah sebanyak 16 orang atau 17%.

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha



Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan gambar 4.5 diagram skala usaha responden, menunjukkan bahwa dari 96 responden, sebagian UMKM sektor F&B dengan skala mikro yaitu sebanyak 53 unit usaha atau 55%, dan selanjutnya sebagian UMKM sektor F&B dengan skala kecil 43 unit usaha atau 45%.

4.3. Deskriptif Data Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan Kuesioner. Kuesioner tersebut berjumlah 28 butir soal, yang terdiri dari 6 butir pernyataan untuk variabel Pengetahuan (X1) 10 butir pernyataan untuk variabel Persepsi Kemudahan (X2), 4 butir pernyataan untuk variabel Persepsi Keamanan (X3) dan 8 butir pernyataan untuk variabel Minat Penggunaan (Y). Sebelum data penelitian dilanjutkan kepada uji hipotesis, data penelitian ini akan terlebih dahulu ditampilkan dalam setiap dimensi dari masing-masing variabel penelitian, setelah itu dilakukan interpretasi data terhadap nilai yang diperoleh dengan menggunakan pedoman interpretasi data sebagai berikut.

Tabel 4.1
Interpretasi Nilai Rata-Rata

No	Skor	Interpretasi
1	1,00- 2,00	Tidak Setuju
2	2,01-4,00	Setuju

4.3.1. Deskripsi Variabel Pengetahuan

Tabel 4.2
Rata-rata Skor Tiap Indikator Pengetahuan

No	Indikator	STS	TS	S	SS	Mean	Interprestasi
1	Indikator 1	1	1	50	44	3,42	Setuju
2	Indikator 2	-	1	52	43	3,43	Setuju
3	Indikator 3	1	2	51	42	3,37	Setuju
4	Indikator 4	-	-	43	53	3,55	Setuju
5	Indikator 5	-	4	52	40	3,37	Setuju
6	Indikator 6	1	3	55	37	3,33	Setuju
Rata-Rata Total (X1)						3,41	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.2, variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai mean pada seluruh indikator yang berada dalam kategori setuju. Rata-rata total variabel pengetahuan sebesar 3,41, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM sektor F&B di Banda Aceh memiliki tingkat pengetahuan yang sangat baik terkait pembayaran digital syariah.

4.3.2. Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 96 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut.

Tabel 4.3
Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kemudahan

No	Indikator	STS	TS	S	SS	Mean	Interpresta si
1	Indikator 1	-	1	55	40	3,40	Setuju
2	Indikator 2	1	2	49	44	3,41	Setuju
3	Indikator 3	-	-	42	54	3,56	Setuju
4	Indikator 4	1	7	49	39	3,31	Setuju
5	Indikator 5	-	-	45	51	3,53	Setuju
6	Indikator 6	1	1	44	50	3,48	Setuju
7	Indikator 7	-	-	54	42	3,43	Setuju
8	Indikator 8	1	1	50	44	3,42	Setuju
9	Indikator 9	1	2	44	49	3,46	Setuju
10	Indikator 10	-	1	42	54	3,56	Setuju
Rata-Rata Total (X2)						3,45	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.3, variabel Persepsi Kemudahan (X2) memiliki nilai mean pada seluruh indikator yang berada dalam kategori setuju. Rata-rata total variabel Persepsi Kemudahan sebesar 3,45, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi yang sangat baik terhadap kemudahan penggunaan sistem atau teknologi yang diteliti, sehingga memudahkan mereka dalam mendukung aktivitas operasional dan transaksi usaha.

4.3.3. Deskripsi Variabel Persepsi Keamanan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 96 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.4
Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Keamanan

No	Indikator	STS	TS	S	SS	Mean	Interprestasi
1	Indikator 1	-	2	53	41	3,40	Setuju
2	Indikator 2	-	1	49	46	3,46	Setuju
3	Indikator 3	-	-	50	46	3,47	Setuju
4	Indikator 4	1	-	54	41	3,40	Setuju
Rata-Rata Total (X3)						3,43	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.4, variabel Persepsi Keamanan (X3) memiliki nilai mean pada seluruh indikator yang berada dalam kategori setuju. Rata-rata total variabel Persepsi Keamanan sebesar 3,43, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki tingkat persepsi yang sangat baik terhadap keamanan sistem atau teknologi yang diteliti, sehingga meningkatkan kepercayaan dalam penggunaannya untuk mendukung aktivitas dan transaksi usaha.

4.3.4. Deskripsi Variabel Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 96 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.5
Rata-rata Skor Tiap Indikator Minat Penggunaan

No	Indikator	STS	TS	S	SS	Mean	Interprestasi
1	Indikator 1	-	-	50	46	3,47	Setuju
2	Indikator 2	1	1	49	45	3,43	Setuju
3	Indikator 3	-	-	43	52	3,51	Setuju
4	Indikator 4	1	-	44	51	3,51	Setuju
5	Indikator 5	-	1	46	49	3,50	Setuju
6	Indikator 6	1	1	46	48	3,46	Setuju
7	Indikator 7	1	1	44	50	3,48	Setuju
8	Indikator 8	1	2	45	48	3,45	Setuju
Rata-Rata Total (Y)						3,47	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5, variabel Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai mean pada seluruh indikator yang berada dalam kategori setuju. Rata-rata total variabel Minat Penggunaan sebesar 3,47, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki tingkat minat yang sangat tinggi dalam menggunakan sistem atau teknologi yang diteliti, sehingga berpotensi mendorong peningkatan efisiensi dan perkembangan usaha mereka.

4.4. Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara akurat. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan metode *Pearson Product Moment (Pearson Correlation)* dengan bantuan program SPSS. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Jumlah responden yang digunakan dalam uji validitas ini sebanyak 96 responden, sehingga nilai *degree of freedom* (df) = $n - 2 = 96 - 2 = 94$. Berdasarkan tabel distribusi r , maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,200. Dengan demikian, apabila r hitung $> 0,200$, maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Berikut hasil uji validitas untuk setiap variabel penelitian.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel %(df=N-2)=94	Kesimpulan
Pengetahuan	X ₁	0,741	0,200	Valid
Pengetahuan	X ₂	0,752	0,200	Valid
Pengetahuan	X ₃	0,707	0,200	Valid
Pengetahuan	X ₄	0,733	0,200	Valid
Pengetahuan	X ₅	0,765	0,200	Valid
Pengetahuan	X ₆	0,761	0,200	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 4.6, hasil uji validitas pada variabel pengetahuan (X1), diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,200). Nilai r hitung masing-masing item yaitu X1 sebesar 0,741 , X2 sebesar 0,752 , X3 sebesar 0,707 , X4 sebesar 0,733 , X5 sebesar 0,765, dan X6 sebesar 0,761. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel pengetahuan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel %(df=N-2)=94	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan	X ₁	0,700	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₂	0,756	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₃	0,742	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₄	0,728	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₅	0,752	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₆	0,788	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₇	0,764	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₈	0,779	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₉	0,770	0,200	Valid
Persepsi Kemudahan	X ₁₀	0,742	0,200	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 4.7, hasil uji validitas pada variabel Persepsi Kemudahan (X₂) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,200). Nilai r hitung pada setiap item yaitu X₁ sebesar 0,700, X₂ sebesar 0,756, X₃ sebesar 0,742, X₄ sebesar 0,728, X₅ sebesar 0,752, X₆ sebesar 0,788, X₇ sebesar 0,764, X₈ sebesar 0,779, X₉ sebesar 0,770, dan X₁₀ sebesar 0,742. Oleh karena itu seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Kemudahan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel %(df=N-2)=96	Kesimpulan
Persepsi Keamanan	X ₁	0,819	0,200	Valid
Persepsi Keamanan	X ₂	0,832	0,200	Valid
Persepsi Keamanan	X ₃	0,796	0,200	Valid
Pesepsi Keamanan	X ₄	0,845	0,200	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.8, hasil uji validitas pada variabel Persepsi Keamanan (X₃) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,200). Nilai r hitung pada setiap item yaitu X₁ sebesar 0,819, X₂ sebesar 0,832, X₃ sebesar 0,361, dan X₄ sebesar 0,845. Oleh karena itu seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Keamanan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel %(df=N-2)94	Kesimpulan
Minat Penggunaan	Y ₁	0,716	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₂	0,849	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₃	0,804	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₄	0,850	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₅	0,689	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₆	0,827	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₇	0,857	0,200	Valid
Minat Penggunaan	Y ₈	0,905	0,200	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil uji validitas pada variabel kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,200). Nilai r hitung

pada setiap item yaitu Y_1 sebesar 0,716, Y_2 sebesar 0,849, Y_3 sebesar 0,804, Y_5 sebesar 0,689, Y_6 sebesar 0,827, Y_7 sebesar 0,857 dan Y_8 sebesar 0,905. Oleh karena itu seluruh item pernyataan pada variabel minat penggunaan dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang stabil dan konsisten dalam mengukur suatu variabel. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1	Pengetahuan(X1)	6	0,836	0,60	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan(X2)	10	0,913	0,60	Reliabel
3	Persepsi Keamanan(X3)	4	0,841	0,60	Reliabel
4	Minat Penggunaan(Y)	8	0,927	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel uji reliabilitas dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,836 dengan jumlah 6 item pernyataan. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen pada variabel Pengetahuan dinyatakan

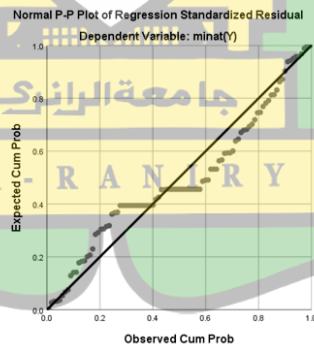
reliabel. Variabel Persepsi Kemudahan(X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,913 dengan 10 item pernyataan, sehingga juga dinyatakan reliabel karena melebihi nilai standar 0,60. Pada variabel Persepsi Keamanan (X3) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,841 dengan 4 item pernyataan, sehingga instrumen pada variabel tersebut dinyatakan reliabel. Variabel Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,927 dengan 8 item pernyataan, yang juga lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian pada variabel tersebut dinyatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh instrumen penelitian layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Gambar 4.6

Uji Normalitas



Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga secara statistik residual dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berdasarkan gambar 4.6 Normal P-P Plot terlihat bahwa titik-titik residual sebagian besar menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa bagian. Dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden, penyimpangan tersebut masih dapat ditoleransi karena uji *Kolmogorov-Smirnov* cenderung sensitif terhadap jumlah sampel yang besar. Secara keseluruhan model regresi masih dapat digunakan karena distribusi residual relatif mendekati normal.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1.	(Constant)		
	Pengetahuan (X1)	0,381	2, 622
	Persepsi Kemudahan (X2)	0, 251	3, 987
	Persepsi Keamanan (X3)	0,379	2, 638

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel Pengetahuan sebesar 0,381, Persepsi Kemudahan 0,251, dan Persepsi Keamanan sebesar 0,379, yang seluruhnya lebih besar dari 0,10. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk Pengetahuan sebesar 2,622 untuk

Persepsi Kemudahan 3,987 serta untuk Persepsi Keamanan 2,638, yang masih lebih kecil dari 10. Sesuai dengan kriteria pengujian, apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, antar variabel independen tidak memiliki korelasi yang tinggi dan model regresi memenuhi asumsi klasik multikolinearitas

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Pengetahuan	0,745
Persepsi Kemudahan	0,690
Persepsi Keamanan	0,970

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan 4.12 menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,745(> 0,05) Persepsi Kemudahan sebesar 0,690 (> 0,05) dan Persepsi Keamanan sebesar 0,970 (> 0,05). Seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1. (Constant)	-0,569	1,479	
Pengetahuan (X1)	0.121	0,106	0,083
Persepsi	0,432	0,079	0,496
Persepsi Keamanan	0,802	0,152	0,387

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -0,569 yang berarti apabila variabel Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan bernilai 0, maka Minat Penggunaan akan bernilai -0,569, dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*).
2. Nilai koefisien variabel Pengetahuan sebesar 0,121 yang berarti apabila Variabel Pengetahuan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Minat Penggunaan akan meningkat sebesar 0,121. Dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*).
3. Nilai koefisien variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0,432 yang berarti apabila Persepsi Kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Minat Penggunaan akan meningkat sebesar 0,432, dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*).
4. Nilai koefisien variabel Persepsi Keamanan sebesar 0,802 yang berarti apabila Persepsi Keamanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Minat Penggunaan akan meningkat

sebesar 0,802, dengan asumsi variabel lain konstan (ceteris paribus).

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Adapun hasil pengujian tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Pengetahuan	1,137	1,986	0,259	Tidak berpengaruh
Persepsi Kemudahan	5,493	1,986	0,000	Berpengaruh signifikan
Persepsi Keamanan	5,260	1,986	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dan nilai sig. dengan nilai alpha yakni 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} dan nilai sig. $< 0,05$. Adapun t_{tabel} dalam penelitian ini dengan $df = n - k$ ($96 - 4$). Dengan nilai $n = 92$ dan taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) didapati nilai t_{tabel} sebesar 1,986. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Uji t Terhadap Variabel Pengetahuan terhadap Variabel Minat Penggunaan hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,137 yang

lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,986 ($1,137 < 1,986$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,259 lebih besar dari 0,05 ($0,259 > 0,05$). Dengan demikian, H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Sehingga menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan (X1) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pelaku UMKM sektor F&B memiliki pengetahuan mengenai pembayaran digital syariah, pengetahuan tersebut belum mampu secara langsung mendorong minat penggunaan. Pelaku UMKM cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kemudahan dan keamanan dalam penggunaan sehari-hari.

2. Uji t Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan terhadap Variabel Minat Penggunaan

hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,493 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 ($5,493 > 1,986$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y). Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan pembayaran digital syariah secara langsung dirasakan oleh pelaku UMKM sektor F&B dalam operasional harian, sehingga meningkatkan minat penggunaan pembayaran digital syariah.

3. Uji t Terhadap Variabel Persepsi Keamanan terhadap Variabel Minat Penggunaan

hasil yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,260 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 ($5,260 > 1,986$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi keamanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y). Hal ini dikarenakan rasa aman dalam bertransaksi dan perlindungan data keuangan menjadi faktor penting yang meningkatkan minat UMKM sektor F&B dalam menggunakan pembayaran digital syariah.

4.6.2 Uji Simultan(Uji F)

Tabel 4.15

Uji F

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	1002.851	3	334.284	132.055	0.000 ^b
	Residual	232.888	92	2.531		
	Total	1235.740	95			
a. Dependent Variable : Minat Penggunaan (Y1)						
b. Predictors : (Constant), Persepsi Keamanan(X3), Pengetahuan (X1), Persepsi Kemudahan (X2)						

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 4.15, diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel pengetahuan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi keamanan (X3) secara bersama-sama terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah adalah sebesar $0,000 < 0,05$

dan nilai f hitung 132,055 lebih besar dari nilai f tabel 2,70 ($132,055 > 2,70$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan variabel pengetahuan (X1), persepsi kemudahan (X2) dan persepsi keamanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah.

4.6.3 Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien deretminasi bertujuan untuk menguji hipotesis *goodness-fit* dari model regresi. Koefisien determinasi adalah partisipasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari *R Square* yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Semakin besar nilai *R Square*, maka semakin besar kemampuan Variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Hasil Uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut.

4.6.4 Hasil Uji Koefisien

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,901 ^a	0,812	0,805	1.591

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,901 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel

Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan termasuk dalam kategori kuat, karena nilainya mendekati angka 1. Sedangkan nilai *R Square* sebesar 0,812 atau 81,2%, yang berarti bahwa variabel Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan mampu menjelaskan pengaruh terhadap Minat Penggunaan sebesar 81,2%, sedangkan 18,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti variabel persepsi manfaat sebagaimana dikemukakan oleh Novison dan Poniman (2024), variabel kegunaan yang diteliti Sari et al., (2023) serta variabel kepercayaan yang diteliti oleh Putri, Hindrayani & Totalia (2023). Nilai Adjusted *R Square* sebesar 0,805 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen tetap tinggi. Hal ini menandakan bahwa model regresi yang digunakan cukup kuat dan layak digunakan untuk menjelaskan minat penggunaan pembayaran digital syariah.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial, nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan sebesar 0,121 serta tingkat signifikansi sebesar $0,259 > 0,05$ dan ditunjukkan oleh nilai t hitung $> t$ tabel ($1,137 < 1,986$). Hal ini menunjukkan variabel pengetahuan terbukti

tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah. Hingga hipotesis yang pertama menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan pelaku UMKM mengenai pembayaran digital syariah belum tentu mampu mendorong minat penggunaan secara langsung. Meskipun pelaku UMKM telah mengetahui konsep, manfaat, dan mekanisme pembayaran digital syariah, pengetahuan tersebut belum menjadi faktor utama dalam membentuk minat penggunaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa penerimaan dan minat penggunaan suatu teknologi lebih dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan, dibandingkan dengan pengetahuan pengguna itu sendiri. Dalam konteks ini, pengetahuan hanya berperan sebagai faktor pendukung, bukan sebagai penentu utama minat penggunaan.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Engko, Limba& Achmad (2023); akan tetapi berbeda dari penelitian Sari et.al, (2023) dengan hasil pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan pembayaran digital syariah.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial, nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan sebesar 0,432 serta tingkat

signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan ditunjukkan oleh nilai t hitung $> t$ tabel ($5,493 > 1,986$) variabel persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah. Koefisien sebesar 43,2% menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi minat penggunaan pembayaran digital oleh UMKM F&B. Artinya, semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan yang dirasakan pelaku usaha seperti kemudahan dalam penggunaan, pemahaman fitur, dan kepraktisan transaksi maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan pembayaran digital. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam mempelajari, mengoperasikan, serta kepraktisan sistem pembayaran digital syariah menjadi faktor penting dalam mendorong minat pelaku UMKM.

Sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan determinan utama dalam penerimaan teknologi. Apabila suatu sistem dianggap tidak rumit dan tidak membutuhkan usaha yang besar, maka kecenderungan individu untuk menggunakannya akan meningkat. Dalam konteks UMKM sektor F&B di Banda Aceh, kemudahan penggunaan

menjadi sangat penting karena pelaku usaha cenderung mengutamakan efisiensi waktu dan kelancaran transaksi dalam aktivitas operasional sehari-hari.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan Novison dan Poniman (2024) serta Namira (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian Ramdani (2022) dengan hasil yaitu persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital.

4.7.3 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial, Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi keamanan sebesar 0,802 serta tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan ditunjukkan oleh nilai t hitung $> t$ tabel ($5,260 > 1,986$). Hal ini menunjukkan variabel persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah. Koefisien sebesar 80,2% menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan dominan terhadap minat penggunaan pembayaran digital. Yang berarti bahwa tingkat keyakinan pelaku usaha terhadap keamanan sistem seperti perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, serta minimnya risiko penipuan sangat menentukan minat mereka dalam menggunakan pembayaran digital. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah dapat diterima.

Dalam perspektif TPB dan TAM, persepsi keamanan berkaitan dengan persepsi risiko dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketika pelaku UMKM merasa aman dan yakin bahwa sistem pembayaran digital syariah mampu melindungi data serta dana usaha, maka hambatan psikologis dalam penggunaan teknologi dapat diminimalkan.

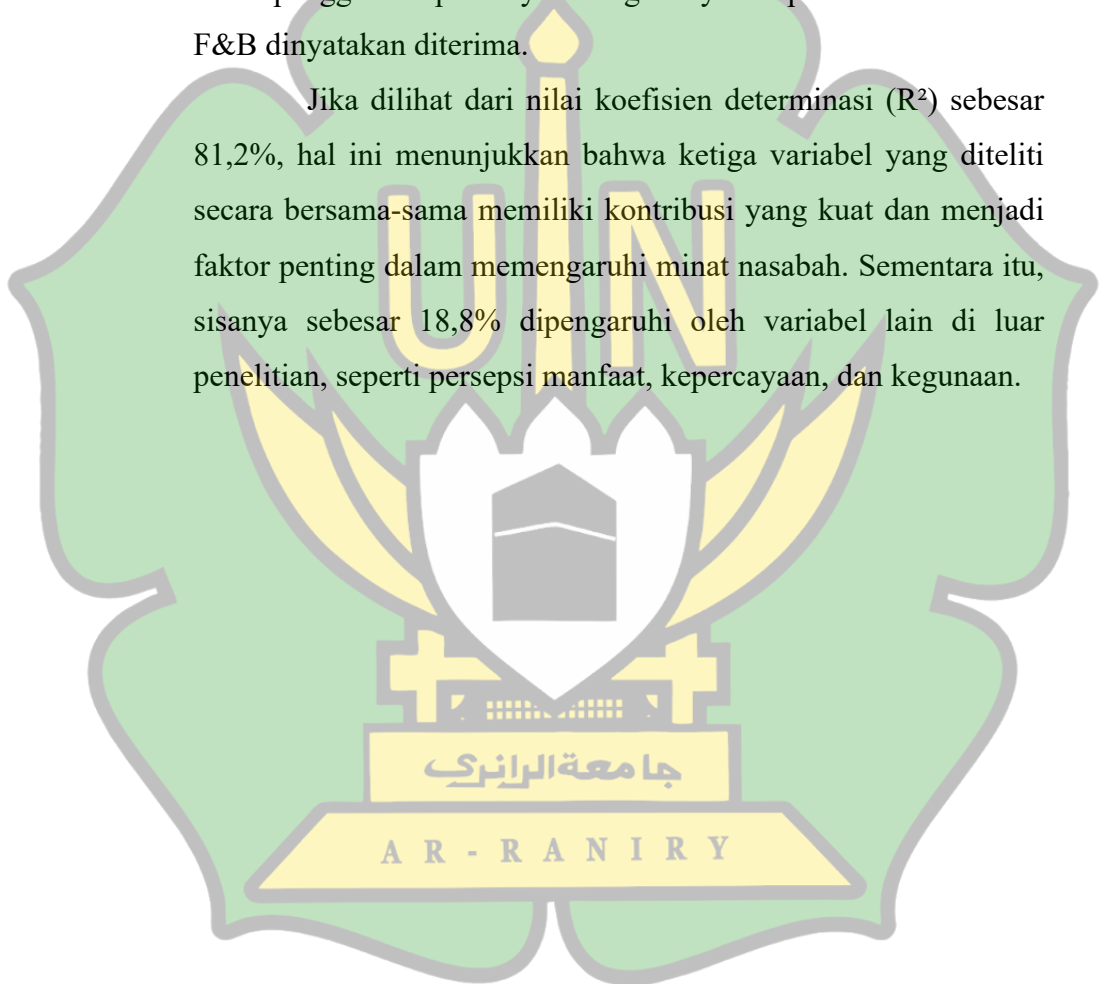
Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari et al., (2023) dan Ramdani (2022) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat dan keputusan penggunaan pembayaran digital pada sektor F&B. Namun hasil ini tidak sama dengan penelitian Huweina dan sartika (2024) dengan hasil yaitu persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

4.7.4 Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji statistik secara simultan (uji f) yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel yaitu $132,055 > 2,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan persepsi kemudahan dan

persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh simultan antara ketiga variabel tersebut terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM sektor F&B dinyatakan diterima.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 81,2%, hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti secara bersama-sama memiliki kontribusi yang kuat dan menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat nasabah. Sementara itu, sisanya sebesar 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian, seperti persepsi manfaat, kepercayaan, dan kegunaan.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah pada UMKM sektor F&B di Kota Banda Aceh, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM.
2. Secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM.
3. Secara parsial persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM.
4. Secara simultan pengetahuan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital syariah pada UMKM.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti persepsi manfaat, kepercayaan, risiko,

maupun faktor sosial yang dapat memengaruhi minat penggunaan. Selain itu, penelitian juga dapat diperluas pada sektor usaha atau wilayah lain agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

2. Bagi pelaku UMKM

Pelaku UMKM diharapkan lebih aktif mengadopsi pembayaran digital syariah, seperti menyediakan QRIS dan menawarkan pembayaran digital kepada pelanggan dalam setiap transaksi. Mengingat kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan, penerapan sistem ini dapat meningkatkan efisiensi, meminimalkan kesalahan, serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen.

3. Bagi penyedia layanan pembayaran digital syariah.

Bagi penyedia layanan pembayaran digital syariah, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, keamanan transaksi, serta responsivitas layanan bantuan. Selain itu, perlu dilakukan edukasi berkelanjutan kepada pelaku UMKM, terutama terkait cara penggunaan, manfaat, keamanan transaksi, serta pemanfaatan fitur pembayaran digital secara optimal.

4. Bagi pemerintah.

Bagi pemerintah dan lembaga terkait, diharapkan dapat meningkatkan program sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM melalui

penyelenggaraan seminar bersama Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang melibatkan pelaku UMKM dari berbagai sektor. Selain itu, perlu dilakukan workshop penggunaan pembayaran digital bagi pemula, khususnya dalam memahami pembayaran digital syariah, serta pelatihan teknis terkait transaksi digital. Pendampingan juga perlu dilakukan secara berkelanjutan hingga pelaku UMKM mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Di samping itu, dukungan kebijakan seperti penyederhanaan proses pendaftaran QRIS, perluasan akses layanan keuangan syariah, serta peningkatan literasi digital sangat diperlukan untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. D., & Riyanto, F. D. (2023). Determinan minat penggunaan e-payment syariah dimoderasi literasi keuangan syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2059–2070. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9010>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Al-Alwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2022). Examining Factors Influencing Adoption of Mobile Payment Services: An integrated model approach. *Information Systems Frontiers*, 24(3), 913–930. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10172-1>
- Al-Alwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2023). Examining Factors Affecting Customer Adoption of Digital Payment Systems: An extended technology acceptance perspective. *Information Systems Frontiers*, 25(4), 1121–1138. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10245-7>
- Ascarya, & Yumanita, D. (2023). Digitalisasi Keuangan Syariah dan Inklusi Ekonomi Berbasis Nilai Islam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 101–118. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\).101-118](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).101-118)
- Ascarya. (2017). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Rajawali Pers.
- Asosiasi Fintech Indonesia. (2024). *Indonesia fintech report 2024*. <https://fintech.id>

- Badan Pusat Statistik. (2020). Profil Industri Mikro dan Kecil di Indonesia. BPS.
- Bank Indonesia, (2023). Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id>
- Bank Indonesia. (2021). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2024). Bank Indonesia Institutional Report 2024. <https://www.bi.go.id/en/publikasi/laporan/Pages/LKBI-2024.aspx>
- Billah, M., & Saripudin, U. (2024). Analisis Penggunaan Uang Digital Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.35194/arps.v4i2.4966>
- Brucks, M. (1985). The effects of product class knowledge on information search behavior. *Journal of Consumer Research*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.1086/209031>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elisa, E., & Zulinda, N. (2025). QRIS: Solusi pembayaran digital di Bank Syariah Indonesia untuk UMKM. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.30821/se.v0i1.23485>
- Engko, C., Limba, F. B., & Achmad, G. P. (2023). *Pengaruh pengetahuan dan minat bertransaksi menggunakan layanan*

QRIS dengan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai variabel mediasi. Jurnal Maneksi, 12(2), 386–397.

Fadillah, N., & Fathoni, M. A. (2024). Adopsi Pembayaran Digital pada UMKM sektor F&B. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, 6(1), 66–79.*

Fauzi, A., & Anwar, M. (2023). Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Pembayaran Digital Syariah UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, 8(2), 101–115.*

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hagger, M. S., & Hamilton, K. (2025). Progress on Theory of Planned Behavior Research: Advances in Research Synthesis and Agenda for Future Research. *Journal of Behavioral Medicine, 48(1), 43–56.* <https://doi.org/10.1007/s10865-024-00545-8>

Hagger, M. S., Cheung, M. W.-L., Ajzen, I., & Hamilton, K. (2022). Perceived Behavioral Control Moderating Effects in The Theory of Planned Behavior: A Meta-analysis. *Health Psychology, 41(2), 155–167.* <https://doi.org/10.1037/hea0001153>

Hamdani, H., & Sa'diyah, H. (2025). Konsep dasar penyusunan hipotesis dan kajian teori dalam penelitian. *Journal of Linguistics and Social Studies, 2(2), 64–73.* <https://doi.org/10.52620/jls.v2i2.93>

Hameed, F., Qayyum, A., & Khan, F. A. (2022). A new trend of learning and teaching: Behavioral intention towards mobile learning. *Journal of Computers in Education, 10, 1–32.* <https://doi.org/10.1007/s40692-022-00252-w>

- Haryanti, I. (2025). Consumer behavior: Shopping Enjoyment and Social Influence on Purchase Intention. *Jurnal Dimensi*, 14(3), 962–972. <https://doi.org/10.33373/dms.v14i3.8648>
- Hasna, D. R., & Karim, M. (2024). *Persepsi pengguna terhadap keamanan pada sistem e-payment*. *Praksis: Jurnal Pendidikan, Budaya, dan Literasi*, 1(2), 74–79. <https://doi.org/10.71260/jpal.v1i2.46>
- Hidayat, F. (2023). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived ase of use, and Perceived Enjoyment on Customer Intentions to Move From non-Digital Banks to Digital Banks. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 2(1), 51–64. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.0201-04>
- Hidayat, R., Saputra, D., & Wulandari, F. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(1), 22–35. <https://doi.org/10.56789/jmd.v6i1.2024>
- Huweina, & Sartika. (2024). Analisis Faktor-Faktor Minat Adopsi Layanan QRIS Pada Pelaku UMKM Sektor Food and Beverage Menggunakan Kerangka TAM Termodifikasi.
- Irsyad, M., & Hapsari, R. D. V. (2023). Pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use, Perceived security, dan Social influence Terhadap Continuance Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 932–943. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.08>
- Istiqomah, N., Tamamudin, T., & Sadali, A. (2025). Inovasi ekonomi syariah berbasis digital: Studi kasus penerapan QRIS dan mobile banking pada BSI KCP Pekalongan. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 5(2). <https://doi.org/10.53088/jadfi.v5i2.1873>

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). Al-Qur'an dan terjemahannya edisi penyempurnaan 2019 cetak ulang 2022. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Kirana, A. T. (2023). Pengaruh efektivitas, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Bank Syariah Indonesia (Skripsi, Politeknik Negeri Jakarta)

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap keberhasilan UMKM kedai kopi. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 5(3).
<https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>

Lidya, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-payment Sebagai Metode Pembayaran.

Manalu, I. F., Saidani, B., & Aditya, S. (2022). Pengaruh perceived security dan perceived ease of use terhadap intention to use dengan trust sebagai intervening pada penggunaan aplikasi pembayaran digital di Jakarta. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan, 3(1), 27–44.
<https://doi.org/10.21009/JBMK.0301.14>

Musa, H. G., Fatmawati, I., Nuryakin, N., & Suyanto, M. (2024). Marketing Research Trends Using Technology Acceptance Model (TAM): A Comprehensive Review of Researches (2002–2022). Cogent Business & Management, 11(1), 2329375. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2329375>

- Musfirotin, J. (2020). Perlindungan hukum terhadap transaksi uang elektronik berdasarkan Fatwa No. 116/DSN-MUI/XI/2017 tentang uang elektronik syariah oleh bank syariah. *Jurist-Diction*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.20473/jd.v3i1.17632>
- Namira, L. (2022). *Faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM di Kota Padang menggunakan e-payment sebagai metode pembayaran*. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 212–224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Nguyen, O. T. (2022). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam: The role of perceived risk and trust. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2021358. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2021358>
- Noer, L. R., Fadhillah, J., Prihananto, P., & Noer, B. A. (2023). Exploring the Impact of Trust, Perceived Utility, Ease of use perception, and Social Influence on e-payment Adoption. *Jurnal Sosial Humaniora*, 16(1), 1–14. <https://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/18667>
- Novison, & Poniman. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran Oleh UMKM di Kota Batam.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peraturan OJK Nomor 21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital oleh Bank Umum*. OJK.
- Pratama, A., & Lestari, N. (2022). Analisis Faktor Psikologis Yang Memengaruhi Minat Konsumen Dalam Penggunaan Teknologi Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 8(3), 145–158. <https://doi.org/10.34567/jebm.v8i3.2022>
- Prayoga, M. S. D., Aristawati, S., Agustin, P. N., Agustin, F. D., & Asitah, N. (2024). Transformasi pembayaran digital di era ekonomi digital: Analisis efisiensi dan dampaknya terhadap

UMKM. Nusantara Entrepreneurship and Management Review, 3(1). <https://doi.org/10.55732/nemr.v3i1.1563>

Purwanto, H., Adi, H. I. S., Astuty, H. S., & Suwarno. (2024). The Influence of Perceived ease of use on The Intention to use Digital Payment Applications in Transactions. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 15(2), 111–116. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v15i2.4813>

Putri, Hindrayani, & Totalia. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerapan Metode Pembayaran Digital Pada UMKM di Surakarta Dalam Menghadapi era Revolusi Industri 4.0.

Rahman, A., & Putri, D. M. (2024). Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Pencarian Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 55–68. <https://doi.org/10.56789/jmbi.v10i1.2024>

Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh Motivasi dan Minat Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Pada generasi muda. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 115–126. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.2023>

Rahmawati, D., & Siregar, M. T. (2024). Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembayaran Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 88–101. <https://doi.org/10.56789/jebd.v5i2.2024>

Raman Arasu, & Viswanathan. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A study on Malaysian e-consumers.

- Ramdani, F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pelaku Bisnis Food and Beverage Dalam Menggunakan Uang Elektronik Sebagai Metode Pembayaran.
- Rifqi, L. H., & Nihayah, A. Z. (2022). Faktor Penentu Sikap Penggunaan Platform Pembayaran Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Kreatif. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 6(1). <https://doi.org/10.32493/skt.v6i1.22420>
- Sajili, M. (2025). Analisis Perceived usefulness, Perceived ease of use, dan Perceived risk Terhadap Minat Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 24(1), 77–91.
- Santos, V., & Liguori, E. (2024). Integrating Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior in Digital Payment Adoption Research: A systematic review. *Technological Forecasting and Social Change*, 201, 123245. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123245>
- Sari, K. H., Muhammad, R., Sholihin, A., & Adella, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Perilaku UMKM Dalam Menggunakan Islamic Fintech.
- Sari, N. P., Handayani, T., & Putra, R. A. (2024). Analisis Faktor Psikologis Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 44–58. <https://doi.org/10.56789/jed.v5i1.2024>
- Sebayang, T. E., Sheldon, A. N., & Hendryanto, B. R. (2023). The role of perceived ease of use and perceived risk towards e-commerce paylater adoption in Indonesia. *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, 38. <https://doi.org/10.29358/sceco.v0i38.561>

- Setiawan, S. (2022). Pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived service credibility* terhadap *intention of use mobile payment* di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 285–290. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18673>
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Sidabutar, T. S. E., & Hanani, R. (2025). Pengaruh Variabel Perceived usefulness dan Perceived ease of use Terhadap Behavioral Intention to use Pada Aplikasi e-kinerja di Kementerian Perhubungan: Tinjauan Berdasarkan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Management and Public Policy*, 14(2), 925–945. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v14i2.50736>
- Siregar, M. R., & Handayani, T. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Modern*, 7(2), 101–114. <https://doi.org/10.56789/jemm.v7i2.2024>
- Sitanggang, A. S., Salsabila, K. A., Qosamah, S., Azhar, M. F., & Saputro, N. K. (2024). Penggunaan sistem pembayaran digital berbasis QRIS terhadap pelaku UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 33203–33209. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/18597>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18 (2), 130–145.
- Sugiyono, P.D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung . Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2022). Consumer Acceptance and use of Information Technology: Extending The Unified Theory in Digital Contexts. *MIS Quarterly*, 46(1), 1–28. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2022/15804>
- Wibowo, A., & Prasetyo, R. (2024). Pengaruh Literasi Informasi dan Kemampuan Kognitif Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Digital. *Jurnal Psikologi Terapan Indonesia*, 6(1), 34–47. <https://doi.org/10.56789/jpti.v6i1.2024>
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). *Digitalisasi UMKM di tengah pandemi COVID-19*. Insan Cendekia Mandiri.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi COVID-19. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I Tahun 2020* (ISBN 978-602-60606-3-1).
- Yuliana, Y., Arwin, A., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen Dalam Menggunakan QRIS dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis*, 6(2), 680–690. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.1032>
- Zusrony, E., Anzie, L. P., Asti, P., Manalu, G., Permana, I., & Imaliya, T. (2023). Analisis Perceived usefulness, Perceived ease of use dan Perceived risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 200–206. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1211>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum,

Dalam menyusun tugas skripsi pada program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saya:

Nama : Nurul Fadhilla

NIM : 220603105

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Digital Syariah Bagi UMKM Sektor Food and Beverage Di Banda Aceh

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mendorong perubahan dalam sistem pembayaran, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pembayaran digital berbasis syariah menjadi salah satu alternatif yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam dan semakin relevan diterapkan di daerah yang menjunjung tinggi nilai-nilai syariah seperti Kota Banda Aceh. Namun, minat pelaku UMKM sektor food and beverage dalam menggunakan pembayaran digital syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan. Maupun, sisi pengetahuan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan pembayaran digital syariah bagi Usaha Mikro, Kecil, dan (UMKM) sektor food and beverage (F&B) di Banda Aceh.

Maksud melakukan penelitian dengan mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap dan sesuai dengan kondisi

yang sebenarnya. Identitas dan jawaban yang diberikan hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan kerahasiaan data akan dijaga dengan sebaik-baiknya. Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi
Wabarakatuh.

IDENTITAS RESPONDEN DAN PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Nama Usaha :
6. Berapa lama usaha berjalan:
 - a. 1 Tahun
 - b. 2-5 Tahun
 - c. > 5 Tahun
7. Aplikasi yang digunakan untuk pembayaran digital:
 - a. QRIS
 - b. Mobile Banking

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan jawaban pada pernyataan berikut ini yang sesuai dengan pendapat saudara/I, dengan cara memberikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia keterangan sebagai berikut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

STS (1)	ST (2)	S(3)	SS(4)
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Pengetahuan					
No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Pengetahuan Faktual (<i>Factual Knowledge</i>)					
1	Saya mengetahui berbagai jenis layanan pembayaran digital syariah yang dapat digunakan dalam usaha saya.				
2	Saya mengetahui fungsi utama pembayaran digital syariah dalam proses transaksi usaha.				
Pengetahuan Eksperiensial (<i>Experiential Knowledge</i>)					
3	Saya merasa memiliki pemahaman yang baik mengenai pembayaran digital syariah.				
4	Berdasarkan pemahaman saya, pembayaran digital syariah mudah diterapkan dalam usaha saya.				
Pengetahuan Perseptual (<i>Perceptual Knowledge</i>)					
5	Saya mengetahui aturan atau ketentuan yang mengatur				

	penggunaan pembayaran digital syariah.				
6	Saya mengetahui lembaga atau pihak yang berwenang mengelola layanan pembayaran digital syariah di Indonesia.				

Persepsi kemudahan

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Mudah Dipelajari.					
1	Aplikasi pembayaran digital syariah mudah dipelajari meskipun baru pertama kali digunakan.				
2	Saya tidak memerlukan waktu lama untuk memahami cara penggunaan pembayaran digital syariah.				
Mudah Dioperasikan.					
3	QRIS atau mobile banking syariah mudah dioperasikan dalam kegiatan transaksi usaha.				
4	Saya jarang mengalami kesulitan saat menggunakan pembayaran digital syariah.				
Proses transaksi cepat dan praktis.					
5	Pembayaran digital syariah mempercepat proses transaksi dengan pelanggan.				
6	Pembayaran digital syariah membuat proses transaksi menjadi lebih praktis dibandingkan tunai.				

Tampilan aplikasi mudah dipahami.					
7	Saya merasa tampilan aplikasi pembayaran digital syariah mudah dipahami.				
8	Saya merasa menu dan fitur pada aplikasi pembayaran digital syariah mudah digunakan.				
Fleksibel dan dapat digunakan kapan saja.					
9	Saya merasa pembayaran digital syariah dapat digunakan kapan saja sesuai dengan kebutuhan usaha saya.				
10	Pembayaran digital syariah dapat digunakan di mana saja selama tersedia jaringan internet.				

Persepsi keamanan

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Jaminan Keamanan.					
1	Saya merasa transaksi menggunakan pembayaran digital syariah memiliki jaminan keamanan yang memadai.				
2	Saya merasa dana usaha saya aman saat melakukan transaksi menggunakan pembayaran digital syariah.				
Kerahasiaan Data.					
3	Saya merasa data pribadi dan data usaha saya terjaga kerahasiaannya saat menggunakan pembayaran digital syariah.				
4	Saya percaya informasi pribadi saya tidak disalahgunakan oleh penyedia pembayaran digital syariah.				

Minat Penggunaan

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Berniat Menggunakan.					
1	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan pembayaran digital syariah dalam transaksi usaha.				
2	Saya berniat memanfaatkan pembayaran digital syariah sebagai salah satu metode pembayaran usaha saya.				
Niat Menggunakan di Masa Mendatang					
3	Saya berencana terus menggunakan pembayaran digital syariah dalam kegiatan usaha di masa depan.				
4	Saya berniat meningkatkan penggunaan pembayaran digital syariah dalam usaha saya ke depannya.				
Ketertarikan pada Objek Minat					
5	Saya tertarik menggunakan pembayaran digital syariah karena manfaat yang ditawarkannya.				
6	Saya merasa pembayaran digital syariah merupakan metode pembayaran yang menarik untuk diterapkan dalam usaha.				
Kesediaan untuk Terus Menggunakan					
7	Saya bersedia menggunakan pembayaran digital syariah secara berkelanjutan dalam usaha saya.				
8	Saya tetap ingin menggunakan pembayaran digital syariah meskipun tersedia metode pembayaran lainnya.				

Lampiran 2 Tabulasi Data

NO	Jenis Kelamin	Usia	Nama Usaha	Berapa lama Usaha	Aplikasi yang digunakan untuk pembayaran digital
1.	Laki - Laki	23-28 Tahun	CIRASA	> 5 Tahun	QRIS
2.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Mahdi Melted	1 Tahun	QRIS
3.	Perempuan	23-28 Tahun	Cheese cake	1 Tahun	QRIS
4.	Perempuan	29-34 Tahun	Ayam geprek shahid	> 5 Tahun	QRIS
5.	Perempuan	17- 22 Tahun	PokCok (Pokat Cokok)	1 Tahun	QRIS
6.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Ayam geprek Adek abang	> 5 Tahun	QRIS
7.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Tahu Walik Mak Siti	2- 5 Tahun	QRIS
8.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Dosucow Punge	1 Tahun	QRIS
9.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Bakso Rampah	2- 5 Tahun	QRIS
10	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Martabak Nikmat Lampaseh	2- 5 Tahun	QRIS
11.	Laki - Laki	> 35 Tahun	AYAM GEPREK GAZAZE	> 5 Tahun	QRIS
12.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	somad kebab	2- 5 Tahun	QRIS
13.	Perempuan	17- 22 Tahun	dapur buna	2- 5 Tahun	QRIS
14.	Perempuan	17- 22 Tahun	hoco	2- 5 Tahun	QRIS
15.	Laki – Laki	>35 Tahun	Bakso Paknu	> 5 Tahun	QRIS

16.	Perempuan	17- 22 Tahun	burger blepot	1 Tahun	QRIS
17.	Perempuan	> 35 Tahun	Nasi goreng bunda	2- 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
18.	Perempuan	17- 22 Tahun	noodlesby mom	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
19.	Perempuan	23-28 Tahun	soto	1 Tahun	QRIS
20.	Perempuan	17- 22 Tahun	Minuman matcha dan brownies matcha	1 Tahun	QRIS
21.	Perempuan	17- 22 Tahun	King Frozen Food	1 Tahun	QRIS
22.	Perempuan	17- 22 Tahun	sweetnessbykiki	> 5 Tahun	QRIS
23.	Perempuan	23-28 Tahun	SUTEYA	1 Tahun	QRIS
24.	Perempuan	23-28 Tahun	Salad buah Nawadasa	1 Tahun	QRIS
25.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Lafa n sa	1 Tahun	QRIS
26.	Perempuan	29-34 Tahun	Sop Buah Pak Lan	2- 5 Tahun	QRIS
27.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Pachilio	2- 5 Tahun	QRIS
28.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Sate Matang Apaleh	2- 5 Tahun	QRIS
29.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Tetew Kebab	2- 5 Tahun	QRIS
30.	Perempuan	17- 22 Tahun	risol panas	1 Tahun	QRIS
31.	Perempuan	17- 22 Tahun	bakedbybi bi	2- 5 Tahun	QRIS
32.	Perempuan	23-28 Tahun	Kuta Alam Roastery Beurawe	2- 5 Tahun	QRIS
33.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Zakir Warkop	> 5 Tahun	QRIS

34.	Perempuan	23-28 Tahun	Kopi Analogi	2- 5 Tahun	QRIS
35.	Perempuan	17- 22 Tahun	IBEX COFFEE AND KITCHEN	2- 5 Tahun	QRIS
36.	Perempuan	17- 22 Tahun	morning mama	2- 5 Tahun	QRIS
37.	Perempuan	29-34 Tahun	AA chickenlicious	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
38.	Laki - Laki	23-28 Tahun	soba	> 5 Tahun	QRIS
39.	Perempuan	23-28 Tahun	break time	2- 5 Tahun	QRIS
40.	Perempuan	17- 22 Tahun	kopikiri	2- 5 Tahun	QRIS
41.	Perempuan	17- 22 Tahun	kentang goreng	2- 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
42.	Perempuan	> 35 Tahun	KUE BAWANG ROS	> 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
43.	Perempuan	23-28 Tahun	Cake by Dhea	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
44.	Perempuan	17- 22 Tahun	Mochicho	1 Tahun	QRIS
45.	Perempuan	17- 22 Tahun	Dimsum BTJ	> 5 Tahun	QRIS
46.	Perempuan	23-28 Tahun	brownie cookies	1 Tahun	QRIS
47.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	BurgerBB	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
48.	Perempuan	23-28 Tahun	Banda Matcha	1 Tahun	QRIS
49.	Perempuan	17- 22 Tahun	Es taro	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
50.	Perempuan	17- 22 Tahun	Penghilang Dahaga	1 Tahun	QRIS

51.	Perempuan	17- 22 Tahun	Teh Solo	2- 5 Tahun	QRIS
52.	Perempuan	23-28 Tahun	mie aceh berkah	2- 5 Tahun	QRIS
53.	Perempuan	17- 22 Tahun	Nove Coffee	1 Tahun	QRIS
54.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Kedai kecil	2- 5 Tahun	QRIS
55.	Perempuan	17- 22 Tahun	Jualan Risol	1 Tahun	QRIS
56.	Perempuan	17- 22 Tahun	galvies	> 5 Tahun	QRIS
57.	Perempuan	17- 22 Tahun	harvies	> 5 Tahun	QRIS
58.	Laki - Laki	23-28 Tahun	martabak kiban hawa	2- 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
59.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	kebab42	1 Tahun	QRIS
60.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Minuman Noesantara	2- 5 Tahun	QRIS
61.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Maroon Cake and Pastry	> 5 Tahun	QRIS
62.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	burger dan kebab	2- 5 Tahun	QRIS
63.	Perempuan	17- 22 Tahun	Donat Lumer	1 Tahun	QRIS
64.	Perempuan	17- 22 Tahun	hanakata	2- 5 Tahun	QRIS
65.	Perempuan	17- 22 Tahun	Thai tea	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
66.	Perempuan	23-28 Tahun	Dimsum In	1 Tahun	QRIS
67.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Bakso Primadona	2- 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
68.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Rouz	2- 5 Tahun	QRIS
69.	Perempuan	17- 22 Tahun	Bakso Sakti	> 5 Tahun	QRIS
70.	Perempuan	17- 22 Tahun	King fried chicken	> 5 Tahun	QRIS

71.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Seven kei drink	1 Tahun	QRIS
72.	Perempuan	23-28 Tahun	food and drink	2- 5 Tahun	QRIS
73.	Perempuan	17- 22 Tahun	Leu eat	2- 5 Tahun	QRIS
74.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Blegh.cs coffee & Roastery	> 5 Tahun	QRIS
75.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Yan Dimsum	1 Tahun	QRIS
76.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Hotel Meatball	1 Tahun	QRIS
77.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Pandawa kopi	> 5 Tahun	QRIS
78.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Nasi Goreng Ie Leubeue	2- 5 Tahun	QRIS
79.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Risol Coklat Lumer	1 Tahun	Mobile Banking Syariah
80.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	warung kopi premium	1 Tahun	QRIS
81.	Laki - Laki	23-28 Tahun	dimsum mentai	1 Tahun	QRIS
82.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	Dapur Minuman	1 Tahun	QRIS
83.	Perempuan	23-28 Tahun	Kavaloka	1 Tahun	QRIS
84.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	kebab	2- 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
85.	Laki - Laki	17- 22 Tahun	tiga waktu	1 Tahun	QRIS
86.	Perempuan	23-28 Tahun	SOFT DRINK	1 Tahun	QRIS
87.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Nasi Uduk Bambu Rotan	2- 5 Tahun	Mobile Banking Syariah
88.	Perempuan	29-34 Tahun	Mochicha	> 5 Tahun	QRIS
89.	Perempuan	23-28 Tahun	Nasi Uduk Blok M	2- 5 Tahun	QRIS

90.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Sidiq Kopi Lambhuk	2- 5 Tahun	QRIS
91.	Perempuan	29-34 Tahun	Bukulah	2- 5 Tahun	QRIS
92.	Laki - Laki	29-34 Tahun	Djaya Abadi	2- 5 Tahun	QRIS
93.	Perempuan	29-34 Tahun	rumah bitata	2- 5 Tahun	QRIS
94.	Perempuan	23-28 Tahun	Atariki Japan	2- 5 Tahun	QRIS
95.	Laki - Laki	23-28 Tahun	Cireng isi prasmanan	2- 5 Tahun	QRIS
96.	Perempuan	> 35 Tahun	Lontong malam	2- 5 Tahun	QRIS

Pengetahuan(X1)						
X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	3	21
4	4	4	4	3	3	22
3	4	3	4	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	3	2	2	17
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
1	3	4	4	4	1	17
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	17
3	3	2	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	3	3	20
3	3	3	4	3	4	20
3	3	3	4	4	3	20
3	3	3	4	3	3	19

3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	3	4	21
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	3	3	22
4	3	4	3	3	4	21
4	3	3	3	4	3	20
4	3	3	4	4	3	21
3	4	3	4	3	3	20
3	4	3	4	3	3	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24

3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	2	3	3	2	2	15
4	4	1	4	4	4	21
3	3	3	4	2	3	18
3	3	3	3	4	3	19
3	4	3	3	2	2	17
4	3	3	3	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	3	19
4	3	4	4	3	3	21
3	3	3	4	3	3	19
3	4	3	4	4	3	21
3	3	3	3	3	4	19
3	3	4	4	3	3	20
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	3	23
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24

Persepsi Kemudahan (X2)										
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Total
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	28
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	37
3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	1	4	1	4	1	4	1	1	4	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	37
3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	37
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	36
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	36
3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	2	3	3	4	3	3	2	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	31
4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34
3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	37
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	33
3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33

4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	35
4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	35
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38

Persepsi Keamanan (X3)				
X1	X2	X3	X4	Total
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
3	3	4	4	14
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
3	2	4	1	10
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12

3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
2	3	3	3	11
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
3	3	4	3	13
2	3	3	3	11
3	4	4	4	15
3	4	4	4	15
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	3	4	4	14
3	3	4	4	14
3	4	3	3	13
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

Minat Penggunaan(Y)								
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	4	3	3	3	3	28
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	3	4	4	3	4	4	4	29
4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	1	4	1	4	1	1	1	17
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	3	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	3	4	4	4	30
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	3	3	4	30
3	4	4	3	4	4	3	4	29
3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	4	4	4	3	4	3	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	4	3	3	4	3	27

3	3	3	4	4	3	4	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	3	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	4	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	3	4	4	3	29
3	3	3	3	4	3	3	3	25
4	3	4	4	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	3	4	3	3	4	28
3	3	3	3	2	3	3	3	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	4	3	4	3	27
4	4	4	3	3	4	4	4	30
3	4	3	3	4	4	3	3	27
4	4	3	4	3	3	3	3	27

4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	3	4	3	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	2	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	3	3	3	2	2	2	20
3	3	3	3	4	3	3	3	25
3	4	4	4	3	3	3	3	27
3	3	3	4	4	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	25
3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	3	4	4	4	4	31

Lampiran 3 Uji Validitas
 Pengetahuan (X1)

Correlations		Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Item_2	Pearson Correlation	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Item_3	Pearson Correlation	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Item_4	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Item_5	Pearson Correlation	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Item_6	Pearson Correlation	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Skor_Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	96

Persepsi Kemudahan (X2)

Correlations					
		Item_9	Item_10	Skor_Total	
Item_1	Pearson Correlation	.510**	.435**	.454**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_2	Pearson Correlation	.615**	.602**	.374**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_3	Pearson Correlation	.438**	.413**	.661**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_4	Pearson Correlation	.592**	.564**	.359**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_5	Pearson Correlation	.445**	.495**	.686**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_6	Pearson Correlation	.565**	.637**	.566**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_7	Pearson Correlation	.552**	.506**	.608**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_8	Pearson Correlation	1	.575**	.511**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_9	Pearson Correlation	.575**	1	.484**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Item_10	Pearson Correlation	.511**	.484**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Skor_Total	Pearson Correlation	.779**	.770**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

Persepsi Keamanan (X3)

Correlations						
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Skor Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.630**	.522**	.539**	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Item_2	Pearson Correlation	.630**	1	.499**	.608**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Item_3	Pearson Correlation	.522**	.499**	1	.617**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Item_4	Pearson Correlation	.539**	.608**	.617**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Skor_Total	Pearson Correlation	.819**	.832**	.796**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

Minat Penggunaan (Y)

Correlations				
		Item 7	Item 8	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	.451**	.559**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	96	96	96
Item_2	Pearson Correlation	.674**	.757**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	96	96	96
Item_3	Pearson Correlation	.563**	.640**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	96	96	96
Item_4	Pearson Correlation	.775**	.739**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	96	96	96
Item_5	Pearson Correlation	.503**	.573**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	96	96	96
Item_6	Pearson Correlation	.750**	.772**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	96	96	96
Item_7	Pearson Correlation	1	.804**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	96	96	96
Item_8	Pearson Correlation	.804**	1	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	96	96	96
Skor_Total	Pearson Correlation	.857**	.905**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	96	96	96

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics				
Cronbach's				
Alpha	N of Items			
.836	6			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	17.09	4.381	.604	.811
Item_2	17.08	4.498	.635	.805
Item_3	17.13	4.447	.553	.822
Item_4	16.97	4.599	.615	.810
Item_5	17.15	4.336	.640	.804
Item_6	17.19	4.280	.627	.806

Persepsi Kemudahan (X2)

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha		N of Items		
.913		10		

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	31.21	14.482	.628	.907
Item_2	31.20	13.845	.683	.904
Item_3	31.05	14.387	.680	.905
Item_4	31.30	13.687	.639	.908
Item_5	31.08	14.330	.692	.904
Item_6	31.12	13.753	.725	.902
Item_7	31.18	14.295	.797	.909
Item_8	31.19	13.817	.715	.902
Item_9	31.15	13.747	.701	.903
Item_10	31.05	14.387	.680	.905

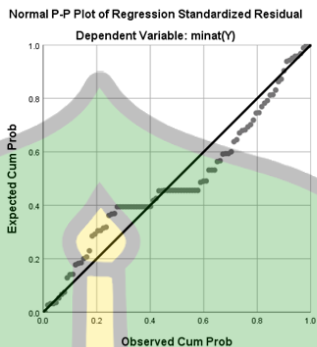
Persepsi Keamanan (X3)

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha		N of Items		
		.841 4		
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	10.35	1.789	.665	.803
Item_2	10.29	1.788	.692	.791
Item_3	10.28	1.888	.642	.813
Item_4	10.35	1.705	.701	.787

Minat Penggunaan (Y)

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha		N of Items		
		.9278		
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	24.41	10.665	.637	.926
Item_2	24.45	9.808	.793	.914
Item_3	24.34	10.354	.745	.918
Item_4	24.37	9.879	.796	.914
Item_5	24.39	10.681	.600	.929
Item_6	24.42	9.888	.764	.917
Item_7	24.40	9.757	.804	.914
Item_8	24.43	9.468	.867	.908

Lampiran 5 Uji Normalitas



Lampiran 6 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.569	1.479		-.385	.701
	Pengetahuan (X1)	.121	.106	.083	1.137	.259
	Pesepsi kemudahan (X2)	.432	.079	.496	5.493	.000
	Persepsi keamanan (X3)	.802	.152	.387	5.260	.000

Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
Model			Tolerance	VIF
	1	(Constant)		
		Pengetahuan (X1)	.381	2.622
		Pesepsi kemudahan (X2)	.251	3.987
		Persepsi keamanan (X3)	.379	2.638

a. Dependent Variable: Minat penggunaan (Y1)

Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.417	1.035		.022
	Pengetahuan (X1)	-.024	.074	-.055	.745
	Persepsi kemudahan (X2)	-.022	.055	-.082	.690
	Persepsi keamanan (X3)	-.004	.107	-.006	.970

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 8 Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.569	1.479		.701
	Pengetahuan	.121	.106	.083	.259
	Persepsi kemudahan	.432	.079	.496	.000
	Persepsi keamanan	.802	.152	.387	.000

a. Dependent Variable: Minat penggunaan

Lampiran 9 Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	1002.851	3	334.284	.000 ^b
	Residual	232.888	92	2.531	
	Total	1235.740	95		

a. Dependent Variable: Minat penggunaan (Y1)

b. Predictors: (Constant), Persepsi keamanan (X3), Pengetahuan (X1), Persepsi kemudahan (X2)

Lampiran 10 Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.812	.805	1.591

a. Predictors: (Constant), Persepsi keamanan, Pengetahuan, Persepsi kemudahan

b. Dependent Variable: Minat penggunaan



Lampiran 11 R Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 12 *T* Tabel

Titik Persentase Distribusi *t* (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28998	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 13 F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74