

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENERIMAAN *DIGITAL PAYMENT* BANK SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT KOTA
SIGLI: PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE
MODEL* (TAM)**



Disusun Oleh:

**ULFA NATASYA
NIM. 220603095**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/1448 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ulfa Natasya
NIM : 220603095
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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 12 Agustus 2026
Yang Menyatakan




Ulfa Natasya

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli Pendekatan: *Technology Acceptance Model (TAM)*

Disusun Oleh:

Ulfa Natasya
NIM. 220603095

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,



Akmal Riza, S.E. M.Si

NIP. 198402022023211023

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Agg

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli Pendekatan: *Technology Acceptance Model* (TAM)

Ulfa Natasya
NIM. 220603095

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: Kamis, 20 Agustus 2026

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

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

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

Penguji I,

Penguji II,

Fithriady, Lc., M.A., Ph.D
NIP. 198008122006041004

Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA
NIP. 199009052019032019

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 : Ulfa Natasya
NIM : 220603095
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
E-mail : 220603095@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:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment Bank* Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli Pendekatan: *Technology Acceptance Model* (TAM)

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 : 11 Agustus 2026

Mengetahui

Penulis

Ulfa Natasya

NIM: 220603095

Pembimbing I

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

NIP. 198801302018031001

Pembimbing II

Akmal Riza, S.E., M.Si

NIP. 198402022023211023

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sesungguhnya Allah Yang Maha Pengasih, yang tidak pilih kasih, Allah Yang Maha Penyayang, yang kasih sayangnya tak terbilang, dan Allah yang telah memberikan nikmat iman dan Islam sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli: Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM”**. Shalawat serta salam disanjungkan pula kepada Baginda Besar Muhammad SAW. Beserta para sahabatnya semoga kita mendapatkan syafaatnya di yaumil akhir kelak. Penyusunan Skripsi ini merupakan hasil dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furgani selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M. Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, 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. Prof. Dr. Azharsyah, S.E., Ak., M.S.O.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala ilmu dan nasihat yang telah diberikan.
5. Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku pembimbing I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan pemikiran, serta arahan yang sangat berharga berupa saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Fithriady, Lc., M.A., Ph.D selaku penguji I dan Ana Fitria, S.E., M.Sc., RSA selaku penguji II yang telah meluangkan waktu, memberikan pemikiran dan saran serta arahan yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen, pegawai dan pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pengawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.
8. Teruntuk Ayah Bustamam, meskipun keadaan tidak selalu memungkinkan kita untuk bersama, penulis tetap menyimpan rasa sayang, hormat, dan terima kasih yang besar kepada Ayah. Doa, nasihat, dan perhatian Ayah telah menjadi bagian dari

kekuatan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Karya ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa syukur dan terima kasih. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur yang berkah, rezeki yang luas, kebahagiaan, serta perlindungan dan keberkahan dalam setiap langkah. Aamiin ya Rabbal ‘Alamiin.

9. Terkhusus Ibunda tercinta, Fauziani M. Yusuf, perempuan hebat yang telah menjadi sumber kekuatan sekaligus menjalankan peran sebagai ibu dan ayah dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, kasih sayang, kesabaran, dan doa yang tak pernah putus. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa syukur dan terima kasih atas segala cinta dan pengorbanan Ibu. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur yang berkah, kebahagiaan, rezeki yang berlimpah, serta membalas setiap kebaikan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin ya Rabbal ‘Alamiin.
10. Teruntuk Ayah M. Jamil, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian, dukungan, doa, dan semangat yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan memberikan motivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur yang berkah, kebahagiaan, kemudahan, serta rahmat dan perlindungan-Nya kepada Ayah. Aamiin ya Rabbal ‘Alamiin.

11. Teruntuk kakak dan adikku tercinta, Ayu Nazira S.H dan Dinda Nabilla terima kasih atas segala doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu kalian berikan. Kehadiran serta motivasi dari kalian menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan setiap proses selama menempuh perkuliahan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.
12. Untuk Teman tercinta Nazilatul fitri S.E, Nurul Fadhilla S.E, Putri Maulidia S.E, Siti Yara Khalisah, Wahyuni S.E, Kevin Fathuriansyah S.E, dan Rio Seftiawan S.E Terima kasih untuk kalian yang telah menyemangati penulis, mendoakan, berjuang bersama, saling merangkul, bertukar suka dan duka dan atas bantuan dan dukungan yang tak tergantikan selama masa perkuliahan dan masa persiapan skripsi. Dan untuk Muhammad Fizhilal Aulia S.H terima kasih telah menjadi support system dan telah menjadi bagian dalam proses perjalanan hidup penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan mendoakan dan menyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
13. *Last but not least*, Ulfa Natasya. Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang telah diam-diam berjuang tanpa henti. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang

dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun tetap dijalani dan berhasil dilalui. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi diluar prediksi. Terima kasih kepada jiwa yang kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah menghadapi tekanan tapi tetap diperjuangkan. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang Allah berikan. Tetap semangat untuk terus berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.

Banda Aceh, 26 Agustus 2026

Penulis

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Ulfa Natasya

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	Ẓ
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
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وُ	<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
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
وُ	<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.

ABSTRAK

Nama/NIM : Ulfa Natasya
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli: Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*.
Prodi : Perbankan Syariah
Pembimbing I : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E., M.Si

Perkembangan *digital payment* mendorong perubahan sistem transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien, namun minat masyarakat Kota Sigli dalam menggunakannya masih dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat masyarakat Kota Sigli dalam menggunakan *digital payment* berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data dari 265 responden yang dipilih melalui *probability sampling* dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat penggunaan *digital payment*. Berdasarkan temuan tersebut, penyedia layanan *digital payment* bank syariah disarankan memperkuat keamanan agar tidak terjadi kebocoran data, serta memastikan akad dalam transaksi dijelaskan dengan jelas, tidak menggunakan bunga, tidak mengandung ketidakjelasan dalam transaksi, dan tidak digunakan untuk pembayaran perjudian atau kegiatan yang dilarang dalam Islam. sementara pemerintah dan lembaga terkait disarankan mengadakan program literasi keuangan digital syariah secara berkala bagi masyarakat Kota Sigli.

Kata Kunci : Persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kepercayaan, Minat digital payment, TAM

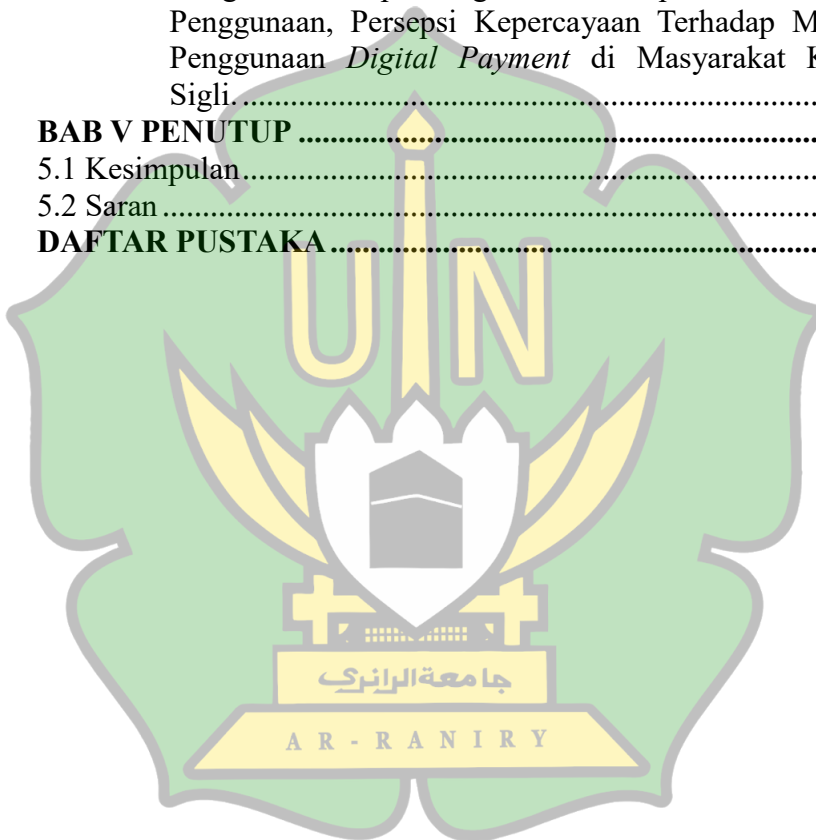
DAFTAR ISI

	Hlm
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5.3 Manfaat Kebijakan	12
1.6 Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Grand Theory.....	15
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	15
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	17
2.2 Persepsi Kegunaan	19
2.2.1 Pengertian Persepsi Kegunaan	19
2.2.2 Indikator Persepsi Kegunaan.....	20
2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	21
2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	21
2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	23
2.4 Persepsi Kepercayaan	23

2.4.1 Pengertian Persepsi Kepercayaan.....	23
2.4.2 Indikator Persepsi Kepercayaan	25
2.5 Minat.....	26
2.5.1 Pengertian Minat	26
2.5.2 Indikator Minat.....	27
2.6 Karakteristik Minat Masyarakat dalam Penerimaan <i>Digital Payment</i>.....	28
2.7 <i>Digital Payment</i>	29
2.7.1 Pengertian <i>digital payment</i>	29
2.7.2 Jenis Aplikasi <i>Digital Payment</i>	30
2.7.2.1 Mobile Banking.....	30
2.7.2.2 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	31
2.7.3 Akad dan Prinsip Syariah dalam <i>Digital Payment</i>	32
2.8. Kelebihan <i>Digital Payment</i>.....	34
2.8.1 Kekurangan <i>Digital Payment</i>	34
2.9 Penelitian Terdahulu	35
2.10 Kerangka Berpikir	42
2.11 Pengembangan Hipotesis	43
2.11.1 Pengaruh kegunaan terhadap minat penggunaan <i>digital payment</i> di masyarakat Kota Sigli.	43
2.11.2 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan <i>digital payment</i> di masyarakat Kota Sigli. ..	45
2.11.3 Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan <i>digital payment</i> di masyarakat Kota Sigli. ..	46
2.11.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan terhadap minat penggunaan <i>digital payment</i> di masyarakat Kota Sigli. ..	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Populasi dan Sampel	49
3.2.1 Populasi	49
3.2.2 Sampel.....	50
3.3 Sumber dan Teknik pengumpulan Data.....	52
3.3.1 Sumber Data	52
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	53
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	54
3.4.1 Definisi Variabel.....	54
3.4.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	55

3.4.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	56
3.5 Skala Pengukuran	57
3.6 Metode Analisa Data	58
3.6.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	59
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	59
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	60
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.7 Metode Analisis Linear Berganda.....	62
3.8 Pembuktian Hipotesitas	62
3.8.1 Uji Parsial (<i>Partially Test</i>).....	63
3.8.2 Uji Simultan (<i>F Statistic</i>)	64
3.9 Koefisien determinasi (R^2).....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskriptif Objek Penelitian	66
4.2 Gambaran Responden.....	67
4.2.1 Karakteristik Responden	67
4.3 Deskriptif Data Penelitian	74
4.3.1 Deskripsi Variabel Persepsi Kegunaan.....	75
4.3.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ..	77
4.3.3 Deskripsi Variabel Persepsi Kepercayaan	79
4.3.4 Deskripsi Minat Penggunaan.....	80
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	82
4.4.1 Uji Validitas.....	82
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	87
4.5.1. Uji Normalitas	88
4.5.2 Uji Multikolinearitas	91
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	92
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
4.6.1 Uji Parsial (T).....	94
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	96
4.6.3 Uji Koefisien Determinansi (R^2)	97
4.6.4 Hasil Uji Koefisien.....	98
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.7.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>digital payment</i> di Masyarakat Kota Sigli.....	99

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>digital payment</i> di Masyarakat Kota Sigli.	101
4.7.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan <i>digital payment</i> di Masyarakat Kota Sigli.	103
4.7.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan <i>Digital Payment</i> di Masyarakat Kota Sigli.	105
BAB V PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	111



DAFTAR TABEL

	Hlm
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	56
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert (Pernyataan Positif).....	58
Tabel 4.1 Interpretasi Nilai Rata-Rata.....	75
Tabel 4.2 Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kegunaan (X1)	75
Tabel 4.3 Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kemudahan penggunaan (X2)	77
Tabel 4.4 Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kepercayaan	79
Tabel 4.5 Rata-rata Skor Tiap Indikator Minat Penggunaan	80
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan	83
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	84
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan	85
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan	86
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.13 Uji T	94
Tabel 4.14 Uji F	96
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinansi (R ²)	98

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

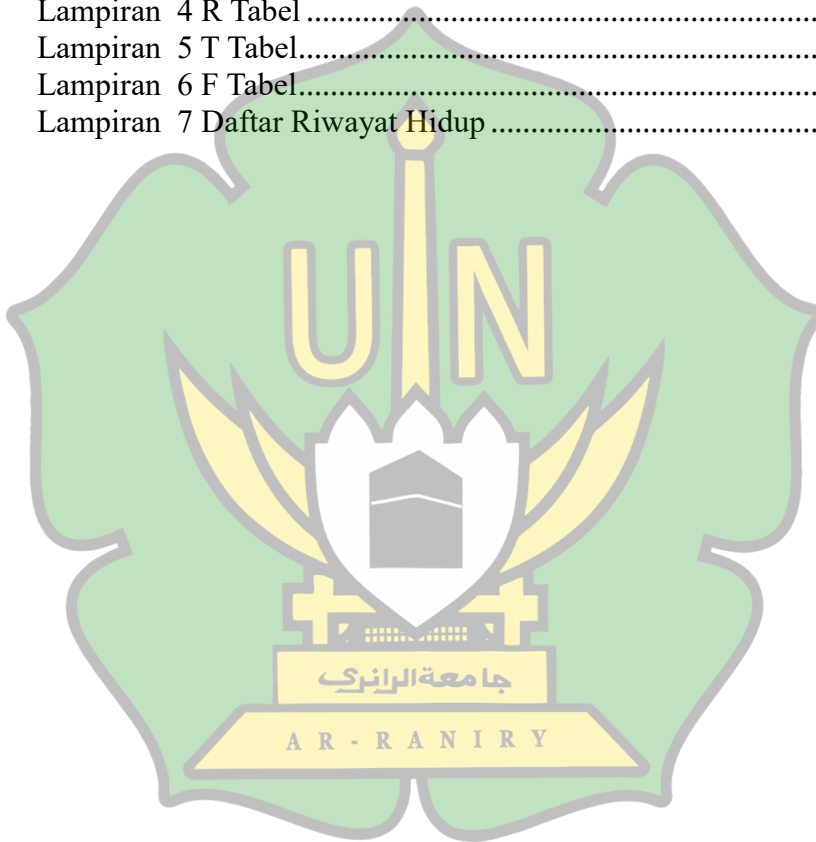
DAFTAR GAMBAR

	Hlm
Gambar 1.1 Grafik Perkembangan <i>Digital Payment</i> di Indonesia ..	2
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	67
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	71
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan ..	72
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode yang digunakan untuk Transaksi	73
Gambar 4.7 Uji Normalitas Histogram.....	88
Gambar 4.8 Uji Normalitas P Plot.....	89
Gambar 4.9 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	92



DAFTAR LAMPIRAN

	Hlm
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	124
Lampiran 3 Output SPSS.....	184
Lampiran 4 R Tabel	199
Lampiran 5 T Tabel.....	200
Lampiran 6 F Tabel.....	201
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	202



BAB I

PENDAHULUAN

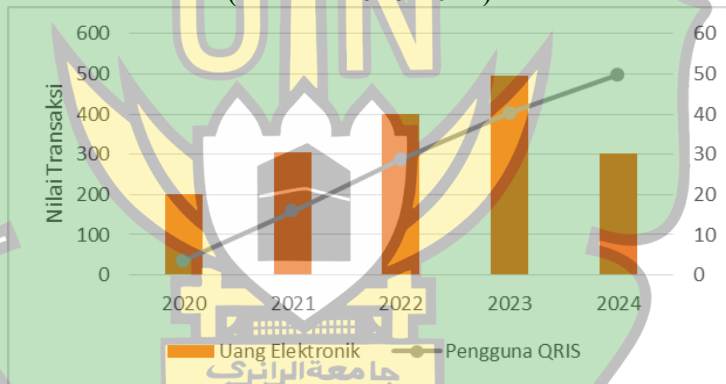
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, terutama pada sektor keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah *digital payment*, *Digital payment* merupakan metode pembayaran elektronik yang menggunakan perangkat digital seperti telepon seluler dalam proses transaksi Rahayu & Dedi (2023). Kehadiran teknologi tersebut menyebabkan perubahan pola transaksi masyarakat dari penggunaan uang tunai menuju sistem pembayaran non-tunai yang dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien. Selain itu, perkembangan revolusi industri 4.0 turut mendorong masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan penggunaan teknologi dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan.

Menurut Putri & Cahyani (2024), *digital payment* memberikan kemudahan bagi masyarakat karena transaksi dapat dilakukan tanpa harus membawa uang tunai, misalnya melalui layanan mobile banking dan QRIS. Di berbagai negara maju, penggunaan pembayaran digital telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari karena mampu meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi. Namun, penerapan teknologi keuangan tersebut belum merata di setiap daerah, terutama pada wilayah yang masih memiliki keterbatasan infrastruktur, kondisi ekonomi, dan tingkat literasi digital masyarakat yang berbeda.

Di Indonesia, perkembangan *digital payment* menjadi semakin penting seiring meningkatnya pertumbuhan ekonomi digital dan penggunaan internet. Pemerintah bersama Bank Indonesia terus mendorong peningkatan inklusi keuangan melalui berbagai kebijakan, salah satunya implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang memudahkan masyarakat dan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi digital. Kebijakan tersebut diharapkan dapat mempercepat terbentuknya masyarakat non-tunai di Indonesia.

Gambar 1.1
Grafik Perkembangan *Digital Payment* di Indonesia
(Periode 2020-2024)



Sumber: Indonesia, Koranbumn.com, Goodstats.id (data diolah, 2026)

Berdasarkan Gambar 1.1, perkembangan *digital payment* di Indonesia selama periode 2020–2024 menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Nilai transaksi uang elektronik meningkat dari Rp201,6 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp495,0 triliun pada tahun 2023 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 34,9% per tahun. Selain itu, jumlah pengguna QRIS meningkat dari 3,6 juta pengguna pada tahun 2020 menjadi 49,8 juta pengguna pada tahun 2024.

Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat pasca pandemi COVID-19 yang mulai terbiasa menggunakan transaksi digital, dan dukungan Bank Indonesia melalui perluasan jumlah merchant QRIS yang mencapai 30,41 juta pengguna, juga turut mendorong percepatan adopsi. Kondisi ini menunjukkan bahwa *digital payment* tidak lagi sekadar menjadi alternatif, melainkan telah menjadi kebutuhan utama dalam aktivitas masyarakat.

Meskipun penggunaan *digital payment* di Indonesia terus berkembang, beberapa daerah masih menghadapi tantangan dalam penerapannya, salah satunya Provinsi Aceh. Berdasarkan data dari RRI.co.id dan Infoaceh.net, transaksi tunai di Aceh masih lebih dominan dibandingkan transaksi non-tunai. Nilai transaksi tunai melalui ATM dan teller mencapai Rp8,66 triliun, sedangkan transaksi QRIS hanya sebesar Rp65,58 miliar (Infoaceh.net, 2024). Rendahnya penggunaan *digital payment* di Aceh dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan jaringan internet, rendahnya literasi digital masyarakat, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, serta kebiasaan masyarakat yang masih terbiasa menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut juga menyebabkan pemanfaatan layanan *digital payment* belum berjalan secara optimal, meskipun Aceh memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.

Dalam konteks perilaku masyarakat, minat penggunaan dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu layanan atau teknologi secara berkelanjutan guna mendukung

kebutuhan dan aktivitas sehari-hari. Minat tersebut terbentuk melalui persepsi, pengalaman, dan keyakinan terhadap manfaat suatu teknologi Desvronita (2021). Pada layanan *digital payment*, minat masyarakat menjadi faktor penting yang menentukan tingkat penerimaan teknologi, terutama pada masyarakat yang memiliki preferensi terhadap layanan keuangan berbasis syariah (Riza et al., 2021).

Selanjutnya, dalam konteks masyarakat Kota Sigli, minat penggunaan *digital payment* dapat diartikan sebagai kecenderungan masyarakat untuk memanfaatkan layanan *digital payment* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi serta meningkatnya penggunaan *smartphone* di wilayah ini mendorong terjadinya pergeseran pola transaksi dari uang tunai menuju sistem pembayaran non tunai.

Namun demikian, tingkat minat tersebut masih relatif rendah dan belum merata, yang ditandai dengan masih dominannya penggunaan uang tunai di pasar tradisional, warung, dan transaksi antarindividu, meskipun sebagian pelaku UMKM serta masyarakat mulai menggunakan QRIS dan *mobile banking*. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses pembentukan minat berlangsung secara bertahap, dipengaruhi oleh adaptasi terhadap teknologi, tingkat literasi digital, serta pengalaman penggunaan layanan, yang turut didukung oleh perkembangan infrastruktur dan kebijakan pemerintah daerah.

Kota Sigli sebagai ibu kota Kabupaten Pidie memiliki aktivitas ekonomi yang cukup aktif, terutama pada sektor perdagangan

tradisional dan UMKM. Hasil observasi awal dengan masyarakat Kota Sigli bahwa transaksi tunai masih menjadi metode pembayaran yang paling sering digunakan, khususnya pada pasar tradisional, warung, dan transaksi antarindividu. Seiring meningkatnya penggunaan smartphone dan akses internet, penggunaan *digital payment* mulai berkembang di wilayah ini.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Sigli masih berada pada tahap transisi dari sistem pembayaran tunai menuju pembayaran digital. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *digital payment*, di mana penerimaan teknologi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fasilitas, tetapi juga oleh faktor perilaku seperti persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan.

Pemilihan Kota Sigli sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Kota Sigli merupakan wilayah semi urban dengan aktivitas ekonomi yang cukup aktif, terutama pada sektor perdagangan dan UMKM, sehingga masyarakatnya berada pada tahap transisi menuju penggunaan *digital payment*. Kedua, penelitian terkait penerimaan *digital payment* dengan pendekatan TAM masih didominasi oleh wilayah perkotaan besar, sementara kajian di tingkat kabupaten seperti Sigli masih terbatas.

Ketiga, penggunaan transaksi non-tunai di Aceh masih relatif rendah dibandingkan transaksi tunai (RRI.co.id, 2025), sehingga Kota Sigli relevan untuk melihat potensi adopsi *digital payment*. Keempat, karakteristik masyarakat yang religius dan dekat dengan

perbankan syariah juga mendukung relevansi penelitian ini, khususnya terkait aspek kepercayaan terhadap layanan berbasis syariah.

Untuk memahami fenomena minat masyarakat pada *digital payment*, dalam kajian ini lebih menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), dalam pendekatan tersebut Nurohman & Qurniawati (2022) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Selain dari pada itu faktor persepsi kepercayaan juga menjadi variabel penting dalam menggunakan teknologi.

Faktor pertama yaitu persepsi kegunaan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja, efisiensi, maupun produktivitas dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Menurut Nurdin (2025) persepsi kegunaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Andas & Yulita (2025) juga mengatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh dalam penerimaan adopsi *digital payment*. Kemudian Alfaris (2023) mengatakan bahwa persepsi kegunaan juga ikut mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk menggunakan *digital payment*.

Faktor kedua yaitu persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana suatu teknologi dianggap mudah untuk digunakan dengan tingkat usaha yang relatif rendah. Semakin mudah

teknologi digunakan maka semakin rendah kesulitan dalam penggunaannya, sehingga meningkatkan kemungkinan untuk mengadopsinya Nurdin (2025). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan variasi temuan Yassar & Budi (2025) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *digital payment*. Sementara itu, Yopita & Yusminar (2025) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital payment*. Selanjutnya penelitian Pratama & Anas (2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dalam mendorong niat untuk mengadopsi sistem *digital payment*.

Selanjutnya faktor ketiga adalah persepsi kepercayaan, dalam konteks *digital payment*, persepsi kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan keamanan sistem, tetapi juga mencakup keyakinan bahwa layanan tersebut telah sesuai dengan prinsip syariah. Wardhani & Masitoh (2024) mengatakan bahwa persepsi kepercayaan merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu sistem atau layanan digital berfungsi secara aman, andal, dan sesuai dengan harapan, serta mampu menjaga kerahasiaan data dan informasi pengguna dari potensi penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berwenang. Ketiga faktor tersebut tidak hanya mempengaruhi penerimaan teknologi, tetapi juga membentuk minat pengguna untuk menggunakan *digital payment*.

Truong & Nguyen (2025) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *digital*

payment. Selanjutnya Anggraini & Nurhayati (2024) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan dalam menggunakan *digital payment*. Apriani & Annisa (2025) juga menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *digital payment*, dan juga menekankan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin besar niat untuk mengadopsi *digital payment*.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang relevan untuk dikaji lebih lanjut. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat Sigli masih memiliki keterbatasan literasi digital terkait penggunaan *digital payment*, sehingga persepsi terhadap kegunaannya belum terbentuk secara maksimal dan berdampak pada rendahnya tingkat adopsi, di mana sebagian besar masyarakat masih menggunakan metode pembayaran tunai.

Selain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan juga menjadi faktor penting. Sebagian masyarakat masih menganggap transaksi tunai lebih praktis dibandingkan *digital payment*, meskipun secara operasional sistem ini mempermudah pencatatan transaksi dan mengurangi kesalahan dalam pengembalian uang. Selain itu, persepsi kepercayaan juga berperan penting. Kekhawatiran terhadap risiko peretasan, ketidaksesuaian dalam proses transaksi, dan kebocoran data pribadi membuat sebagian masyarakat Sigli masih merasa kurang aman dalam menggunakan *digital payment*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor

persepsi kepercayaan, turut mempengaruhi minat masyarakat dalam menerima *digital payment*.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan merupakan variabel penting dalam penelitian ini. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada wilayah perkotaan dengan tingkat digitalisasi yang lebih tinggi, sehingga kajian pada daerah kabupaten seperti Sigli masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai penerimaan teknologi di daerah, serta memberikan gambaran mengenai upaya peningkatan inklusi keuangan melalui *digital payment* di Kota Sigli. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan penyedia layanan dalam merumuskan strategi yang lebih tepat untuk memperluas penggunaan layanan keuangan digital di masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli: Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)”**.

1.2 Batasan Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berdomisili di Kota Sigli dan menggunakan layanan *digital payment*, yaitu Mobile Banking dan QRIS. Pemilihan kedua layanan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Mobile Banking dan QRIS telah menjadi pilihan utama masyarakat Kota Sigli dalam

melakukan transaksi keuangan. Hal ini karena kedua layanan tersebut menawarkan kemudahan akses, proses yang cepat, dijadikan objek dalam penelitian mengenai minat penggunaan *digital payment*.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli?
4. Apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

3. Untuk menguji pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.
4. Untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan secara simultan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

1.5 Manfaat Penelitian

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

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen keuangan dan teknologi finansial (*fintech*), terkait penerimaan *digital payment* pada perbankan syariah di Kota Sigli. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik yang serupa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi perbankan syariah di Kota Sigli sebagai bahan evaluasi dalam pengembangan layanan *digital payment*, khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan, dan penggunaan transaksi digital oleh masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat Kota Sigli mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan *digital payment* dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

1.5.3 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak perbankan syariah maupun pihak yang berwenang dalam merumuskan kebijakan pengembangan layanan *digital payment*, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan akses, penggunaan, dan penerimaan masyarakat di Kota Sigli. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan dalam penyusunan strategi penguatan layanan keuangan digital yang lebih inklusif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.



1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan proposal skripsi ini digunakan agar penulisan dalam karya ilmiah ini lebih terstruktur dan terarah. Setiap bab dalam penelitian ini terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi gambaran umum mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian. Bagian ini berfungsi untuk memberikan arah dan pemahaman awal kepada pembaca mengenai topik yang akan diteliti serta alasan melakukan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Landasan teori menjelaskan konsep, definisi, serta teori-teori yang relevan dengan variabel dalam penelitian. Teori dalam penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan cara dan langkah yang digunakan dalam melakukan penelitian, mulai dari pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis data. Bagian ini berfungsi agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan terarah, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan menyajikan hasil pengolahan data yang diperoleh dalam penelitian, kemudian diuraikan dan dijelaskan lebih mendalam. Bagian ini juga membahas keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori yang digunakan, sehingga dapat memberikan

pemahaman yang lebih jelas mengenai temuan penelitian serta maknanya secara ilmiah.

BAB V: PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan berdasarkan temuan yang diperoleh. Bagian ini bertujuan untuk merangkum hasil penelitian secara singkat serta memberikan rekomendasi bagi pihak terkait maupun penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Theory

2.1.1 Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) atau yang dikenal sebagai Teori Tindakan Beralasan merupakan salah satu teori dalam psikologi sosial yang banyak digunakan untuk memahami perilaku manusia. Teori ini bermula dari pemikiran Martin Fishbein pada tahun 1967, yang kemudian diperluas bersama Icek Ajzen menjadi sebuah kerangka teori yang lebih sistematis. Inti dari teori ini terletak pada pandangan bahwa manusia bertindak berdasarkan pertimbangan yang disadari bukan karena dorongan sesaat, melainkan karena adanya proses berpikir yang melibatkan informasi, penilaian, dan keputusan.

TRA menggambarkan perilaku manusia sebagai sesuatu yang tidak terjadi begitu saja, melainkan merupakan ujung dari sebuah proses yang panjang. Proses tersebut berangkat dari keyakinan (*belief*) yang kemudian membentuk sikap (*attitude*), sikap mendorong terbentuknya niat (*intention*), dan niat tersebut yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk bertindak (*behavior*). Dalam teori ini, niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh dua hal pertama, bagaimana menilai suatu perilaku secara pribadi dan kedua, bagaimana seseorang melihat harapan atau pandangan dari orang-orang yang dianggap penting di sekitarnya. Penilaian pribadi ini lahir dari proses menimbang manfaat dan risiko suatu

tindakan, sementara ekspektasi sosial berkaitan dengan sejauh mana seseorang merasa perlu menyesuaikan dirinya dengan harapan lingkungan (Wijaksono, 2021).

Apabila dikaitkan dengan konteks penerimaan *digital payment* di masyarakat Sigli, teori ini memberikan penjelasan yang cukup memadai mengenai bagaimana minat penggunaan teknologi *digital payment* itu terbentuk. Dari sisi sikap individu, seseorang yang meyakini bahwa *digital payment* menawarkan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi cenderung memiliki pandangan yang positif terhadap teknologi tersebut. Keyakinan semacam ini tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui pengalaman langsung, informasi yang diperoleh, maupun pengamatan terhadap orang lain yang telah lebih dulu menggunakannya.

Selain faktor internal tersebut, lingkungan sosial juga memberikan andil yang tidak kecil dalam membentuk keputusan seseorang. Ketika keluarga, rekan, atau komunitas di sekitar sudah terbiasa menggunakan *digital payment* dan menganggapnya sebagai hal yang lazim, seseorang yang belum menggunakannya bisa jadi terdorong untuk turut beradaptasi. Dorongan ini bukan semata karena tekanan, melainkan karena adanya kecenderungan alami manusia untuk menyelaraskan perilakunya dengan norma yang berlaku di lingkungannya. Dalam masyarakat Sigli, di mana interaksi sosial masih cukup erat, pengaruh semacam ini sangat mungkin memiliki bobot yang signifikan (Nurdin, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, TRA dipandang relevan sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini. Teori ini tidak hanya membantu menjelaskan dari mana minat penggunaan *digital payment* itu berasal, tetapi juga mengapa faktor sikap dan norma subjektif perlu dikaji secara bersamaan. Keduanya bekerja secara saling melengkapi dalam membentuk niat individu yang pada akhirnya tercermin dalam perilaku transaksi sehari-hari.

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi sejauh mana seseorang mau menerima serta menggunakan suatu teknologi. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada akhir tahun 1980-an sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hingga saat ini, TAM masih banyak digunakan oleh para peneliti untuk memahami faktor-faktor yang mendorong seseorang dalam menggunakan teknologi (Wicaksono, 2021).

Dalam perspektif TAM, penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi kegunaan adalah keyakinan seseorang bahwa teknologi yang digunakan dapat membantu meningkatkan efisiensi, memperbaiki kinerja, serta mendukung produktivitas dalam aktivitas sehari-hari. Ketika teknologi dirasakan memberikan manfaat yang nyata, keinginan seseorang untuk menggunakannya pun akan semakin besar (Laraswati, 2024).

Kedua faktor tersebut berperan dalam membentuk sikap seseorang terhadap teknologi. Sikap inilah yang kemudian memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*), yaitu seberapa besar keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi di masa depan, yang pada akhirnya tercermin dalam penggunaan nyata. Dalam TAM, penerimaan teknologi tidak semata dilihat dari apakah seseorang sudah menggunakannya, tetapi juga dari seberapa besar niat mereka untuk menggunakannya. Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini penerimaan *digital payment* diukur melalui variabel minat penggunaan, karena variabel ini dianggap mampu menggambarkan kecenderungan masyarakat dalam menerima teknologi tersebut.

Selain itu, TAM juga menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak hanya berdampak langsung pada niat penggunaan, tetapi juga berpengaruh secara tidak langsung melalui persepsi kegunaan. Artinya, semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar pula kemungkinan pengguna menganggap teknologi tersebut bermanfaat (Arianto, 2025).

Dalam konteks masyarakat Sigli, penerapan TAM menjadi penting karena dapat digunakan sebagai kerangka untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *digital payment*. Melalui pendekatan ini, penyedia layanan dapat mengetahui sejauh mana masyarakat menilai kemudahan dan manfaat dari teknologi yang ditawarkan dalam kehidupan sehari-hari.

Tingkat adopsi *digital payment* di Sigli tidak hanya bergantung pada ketersediaan layanan, tetapi juga pada cara masyarakat memandang teknologi tersebut, baik dari sisi manfaat, kemudahan, maupun kepercayaan. Masyarakat yang merasa suatu teknologi mudah digunakan cenderung lebih cepat mengadopsinya. Sejalan dengan hal tersebut, kemudahan dan manfaat yang dirasakan dapat meningkatkan kenyamanan bertransaksi sehingga mendorong masyarakat untuk terus menggunakan *digital payment* dari waktu ke waktu.

Penerapan TAM dalam konteks masyarakat Sigli diharapkan dapat membantu berbagai pihak dalam merancang strategi yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan penerimaan *digital payment*. Strategi tersebut dapat mencakup peningkatan edukasi pengguna, penyederhanaan alur penggunaan layanan, serta penegasan manfaat praktis teknologi dalam mendukung transaksi sehari-hari.

2.2 Persepsi Kegunaan

2.2.1 Pengertian Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan merupakan keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi, kinerjanya akan meningkat, pekerjaannya menjadi lebih efisien, dan produktivitasnya pun bertambah. Davis (1989) menyatakan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi, semakin tinggi pula kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan. Atas dasar itu, persepsi kegunaan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan penerapan teknologi. Di sisi lain, pemahaman tentang persepsi kegunaan juga dapat menjadi acuan bagi para pengembang

dalam merancang fitur dan layanan yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga tingkat adopsi dan kepuasan terhadap teknologi pun meningkat (Arianto 2025).

Persepsi kegunaan erat kaitannya dengan persepsi kemudahan penggunaan. Teknologi yang mudah digunakan biasanya lebih mudah pula dipahami manfaatnya, sehingga penilaian terhadap kegunaannya pun cenderung lebih positif. Sebaliknya, jika suatu sistem terasa rumit atau sulit dioperasikan, manfaat yang sebenarnya dimiliki teknologi tersebut sulit untuk dirasakan secara optimal. Maka dari itu, keduanya saling mendukung dan bersama mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi.

Dalam konteks masyarakat Sigli, persepsi kegunaan berkaitan dengan keyakinan bahwa *digital payment* mampu memberikan kemudahan dalam kegiatan keuangan sehari-hari, seperti mempercepat transaksi dan meningkatkan efisiensi. Layanan yang memungkinkan pembayaran tagihan, pembelian barang, hingga transfer dana tanpa harus datang langsung ke bank tentu lebih mudah diterima oleh masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, penyedia layanan perlu menghadirkan fitur yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat agar manfaatnya dapat dirasakan secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berperan besar dalam mendorong minat dan penggunaan *digital payment* secara konsisten di masyarakat Sigli.

2.2.2 Indikator Persepsi Kegunaan

Ada beberapa indikator untuk mengukur persepsi kegunaan, Menurut Fahlevi et al. (2017) indikator persepsi kegunaan yaitu:

- a. Pekerjaan lebih cepat yaitu membantu mempercepat penyelesaian pekerjaan sehingga waktu menjadi lebih efisien.
- b. Meningkatkan kinerja yaitu mendukung proses kerja, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan kualitas hasil pekerjaan.
- c. Meningkatkan produktivitas yaitu memungkinkan penyelesaian pekerjaan dalam jumlah lebih banyak pada waktu yang sama.
- d. Meningkatkan efektivitas kerja yaitu membantu pencapaian tujuan secara lebih tepat serta mengurangi kesalahan.
- e. Memudahkan pekerjaan yaitu menyederhanakan tugas dan mengurangi beban kerja.

2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan

2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan dapat dipahami sebagai seberapa besar keyakinan seseorang bahwa suatu sistem mudah digunakan tanpa perlu usaha yang terlalu besar. Konsep ini menunjukkan bahwa teknologi yang mudah digunakan akan mengurangi beban fisik maupun mental pengguna, sehingga aktivitas sehari-hari pun terasa lebih nyaman dan efisien. Teknologi yang dinilai mudah digunakan memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat (Arianto 2025).

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model*, persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang

memengaruhi minat seseorang dalam menerima teknologi. Seseorang akan lebih tertarik menggunakan suatu sistem apabila sistem tersebut mudah dipelajari, mudah dipahami, dan tidak memerlukan keahlian khusus untuk mengoperasikannya. Hal ini penting karena kemudahan penggunaan dapat mengurangi hambatan awal, terutama bagi pengguna yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Dalam kaitan ini, persepsi kemudahan juga berhubungan erat dengan persepsi kegunaan. Sistem yang mudah digunakan akan membantu pengguna memahami manfaat yang ditawarkan, sehingga penilaian terhadap kegunaan teknologi tersebut pun semakin tinggi. Artinya, kemudahan penggunaan tidak hanya berdampak langsung pada minat penggunaan, tetapi juga secara tidak langsung memperkuat persepsi kegunaan.

Persepsi kemudahan penggunaan juga tercermin dari pengalaman pengguna saat berinteraksi langsung dengan sistem. Tampilan yang sederhana, alur penggunaan yang jelas, dan fitur yang mudah diakses akan memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan. Pengalaman positif seperti ini dapat membangun kepercayaan pengguna dan mendorong mereka untuk terus memanfaatkan teknologi secara berkelanjutan.

Dalam konteks masyarakat Sigli, persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan sejauh mana *digital payment* dirasakan mudah dan praktis dalam mendukung aktivitas transaksi sehari-hari. Sistem yang sederhana, mudah dipahami, dan tidak memerlukan banyak langkah akan memungkinkan pengguna bertransaksi dengan lebih cepat dan tanpa hambatan berarti. Dari

uraian tersebut dapat dipahami bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan, semakin besar pula kecenderungan masyarakat untuk menggunakan *digital payment* secara rutin dalam kehidupan sehari-hari.

2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Fatmawati (2015) ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan yaitu:

- a. Kemudahan untuk dipelajari menunjukkan kemudahan pengguna dalam memahami sistem sehingga mempercepat adaptasi teknologi.
- b. Kemudahan sistem menggambarkan kemudahan pengguna dalam mengoperasikan sistem, sehingga meningkatkan rasa percaya diri serta mengurangi kesalahan
- c. Sistem jelas dan mudah di mengerti mencerminkan sistem yang tersusun sehingga memudahkan penyelesaian tugas.
- d. Fleksibilitas interaksi kemampuan sistem dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengguna sehingga memberikan kenyamanan dan meningkatkan efisiensi penggunaan.
- e. Mudah untuk terampil menunjukkan kemampuan pengguna untuk dengan cepat memahami dan menguasai penggunaan sistem.

2.4 Persepsi Kepercayaan

2.4.1 Pengertian Persepsi Kepercayaan

Menurut Susilawati (2021), kepercayaan adalah sikap yang mencerminkan keyakinan, harapan, dan penilaian seseorang

terhadap keandalan pihak lain, yang terbentuk melalui pengalaman berinteraksi dengan individu, objek, maupun sistem tertentu. Dalam konteks sistem digital, kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan pengguna bahwa suatu layanan mampu menjaga keamanan data, melindungi privasi, beroperasi dengan andal, serta menjalin komunikasi yang terbuka antara penyedia dan pengguna. Persepsi kepercayaan yang kuat terhadap suatu layanan akan mendorong pengguna untuk lebih aktif memanfaatkannya dan mempertahankan penggunaannya dalam jangka panjang.

Persepsi kepercayaan dalam penggunaan teknologi digital erat kaitannya dengan persepsi risiko. Karena pengguna tidak dapat melihat secara langsung proses yang berjalan di dalam sistem, mereka membutuhkan keyakinan bahwa layanan tersebut beroperasi dengan aman dan sesuai harapan. Semakin kecil risiko yang dirasakan, semakin besar pula kepercayaan yang terbentuk.

Selanjutnya, persepsi kepercayaan yang sudah terbentuk juga berperan dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan. Pengguna yang memiliki kepercayaan tinggi cenderung lebih setia, tidak mudah beralih ke layanan lain, dan lebih sering menggunakan platform tersebut untuk bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya memengaruhi keputusan awal seseorang dalam menggunakan layanan, tetapi juga menentukan apakah pengguna akan terus menggunakannya atau tidak.

Pengalaman pengguna juga turut memengaruhi tingkat kepercayaan. Transaksi yang berjalan lancar, keamanan data yang

terjaga, serta respons layanan yang cepat dan tepat dapat memperkuat keyakinan seseorang terhadap sistem. Sebaliknya, pengalaman yang buruk dapat menurunkan kepercayaan dan membuat pengguna enggan kembali menggunakan layanan tersebut.

Dalam konteks masyarakat Sigli, kepercayaan menggambarkan keyakinan masyarakat bahwa layanan *digital payment* aman, mampu menjaga privasi, dapat diandalkan, dan dijalankan secara transparan. Mengacu pada pemahaman tersebut, tingginya kepercayaan masyarakat akan mendorong mereka untuk memanfaatkan layanan *digital payment* secara konsisten. Maka dari itu, kepercayaan menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan dalam mendorong penerimaan *digital payment* di tengah masyarakat.

2.4.2 Indikator Persepsi Kepercayaan

Menurut Kotler & Keller (2018) ada beberapa indikator untuk mengukur persepsi kepercayaan yaitu:

- a. Kemampuan menggambarkan individu atau organisasi dalam menjalankan tugas dan memberikan layanan secara baik, termasuk dari sisi keandalan sistem digital.
- b. Integritas menunjukkan sikap jujur, konsisten, dan taat pada aturan yang membuat pengguna lebih percaya terhadap layanan.
- c. Kesungguhan menggambarkan niat baik serta perhatian penyedia layanan kepada pengguna, sehingga menimbulkan rasa aman dan kepercayaan.

2.5 Minat

2.5.1 Pengertian Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah kecenderungan hati yang kuat terhadap sesuatu yang muncul dalam bentuk keinginan atau gairah dari dalam diri seseorang. Secara umum, minat dapat dipahami sebagai ketertarikan yang mendorong individu untuk memberikan perhatian, merasa senang, serta terlibat lebih dalam terhadap suatu objek atau aktivitas.

Furqon (2024) menjelaskan bahwa minat merupakan bentuk perhatian yang terarah dan melibatkan aspek emosi, rasa senang, serta dorongan sadar untuk memperoleh sesuatu dari lingkungan. Sementara itu, Raja (2024) menyatakan bahwa minat adalah sikap seseorang terhadap suatu hal yang ditunjukkan melalui ketertarikan tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Slameto (2015) juga mengemukakan bahwa minat merupakan rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu aktivitas atau objek yang muncul secara alami tanpa dorongan dari luar.

Selain itu, Fatmawati (2015) menjelaskan minat sebagai niat atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu sistem, yang tercermin dalam perilaku penggunaan. Minat memiliki keterkaitan dengan niat seseorang dalam menggunakan suatu sistem. Dalam konteks teknologi, minat menggambarkan kecenderungan seseorang untuk mencoba, menggunakan, serta tetap menggunakan suatu layanan. Hal ini menunjukkan bahwa minat terbentuk setelah seseorang memperoleh informasi, pengalaman, serta melakukan

penilaian terhadap manfaat dan kemudahan teknologi yang digunakan.

Dalam kajian penerimaan teknologi, minat sering dipandang sebagai tahap awal sebelum terjadinya penggunaan secara nyata. Semakin tinggi minat yang dimiliki seseorang terhadap suatu sistem, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang tersebut akan benar-benar menggunakan teknologi tersebut di kemudian hari. Oleh karena itu, minat dapat dijadikan sebagai salah satu indikator penting dalam mengukur tingkat penerimaan teknologi.

Selain itu, minat juga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan persepsi individu, seperti persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, serta persepsi kepercayaan terhadap sistem. Ketiga faktor tersebut secara tidak langsung membentuk sikap positif yang kemudian mendorong munculnya keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan individu yang ditandai oleh rasa tertarik, perhatian, dan dorongan dari dalam diri tanpa paksaan, yang mendorong seseorang untuk mengetahui atau melakukan suatu aktivitas berdasarkan pengalaman dan keinginan pribadi.

2.5.2 Indikator Minat

Indikator pengukuran minat penggunaan dalam sistem elektronik dan *digital payment* ini mengacu pada pendapat Slameto (2013) sebagai berikut:

- a. Niat menggunakan di masa depan merupakan dorongan dalam diri masyarakat Sigli untuk menggunakan *digital payment* di masa mendatang.
- b. Keinginan/kemauan kuat untuk menggunakan menggambarkan dorongan masyarakat Sigli untuk mencoba *digital payment*.
- c. Rencana penggunaan menunjukkan kesiapan masyarakat Sigli dalam menggunakan *digital payment* di kehidupan sehari-hari.
- d. Kesiediaan untuk terus menggunakan yaitu komitmen masyarakat Sigli menggunakan digital payment.

2.6 Karakteristik Minat Masyarakat dalam Penerimaan *Digital Payment*

Karakteristik masyarakat dalam menerima *digital payment* dipengaruhi oleh interaksi antara faktor demografi, budaya, serta perilaku ekonomi dan digital. Dari sisi demografi, aspek seperti tingkat literasi digital, usia, pendidikan, dan kepemilikan perangkat pintar berperan penting, di mana seseorang dengan literasi digital yang lebih tinggi cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi pembayaran karena mampu memahami mekanisme dan manfaatnya. Secara budaya dan hasil observasi awal dengan masyarakat Sigli bahwa kebiasaan menggunakan uang tunai masih dominan, terutama di pasar tradisional dan toko kecil, sehingga norma dan praktik sosial ini turut memengaruhi tingkat penerimaan. Sementara itu, dari perspektif perilaku ekonomi dan digital, persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan, manfaat yang

dirasakan, serta kepercayaan terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan stabilitas sistem menjadi faktor utama yang membentuk keputusan mereka dalam mengadopsi *digital payment*.

Selain itu, upaya pemerintah melalui kebijakan elektrifikasi transaksi, termasuk implementasi QRIS dan digitalisasi layanan publik yang didorong oleh program TP2DD di Kota Sigli, berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, serta kualitas pengelolaan keuangan daerah. Langkah ini juga mempercepat adopsi *digital payment* di masyarakat dengan memberikan kemudahan akses dan mendorong pemanfaatan teknologi secara luas. Dengan demikian, penerimaan *digital payment* di Sigli saat ini berada pada fase transisi masyarakat memiliki potensi besar untuk mengadopsi teknologi ini, namun masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain kebiasaan penggunaan uang tunai, kesiapan infrastruktur, keterbatasan sumber daya, dan tingkat kesadaran digital. Secara keseluruhan, karakteristik masyarakat Kota Sigli menunjukkan bahwa adopsi *digital payment* dipengaruhi oleh interaksi yang kompleks antara faktor demografi, budaya, dan perilaku ekonomi digital, sehingga strategi penerapan teknologi perlu mempertimbangkan ketiga dimensi tersebut secara simultan.

2.7 Digital Payment

2.7.1 Pengertian *digital payment*

Digital payment merupakan sistem pembayaran non tunai yang memanfaatkan teknologi untuk mempermudah transaksi keuangan. Sistem ini memungkinkan transaksi dilakukan dengan

cepat, praktis, dan aman, serta mempermudah pencatatan dan pelacakan transaksi secara elektronik.

Laksana (2022) mengatakan *digital payment* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara online melalui internet, yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi produk atau layanan dengan cara yang cepat, aman, dan efisien. Suyanto (2023) mengatakan *digital payment* mampu memudahkan transaksi keuangan, memungkinkan pembayaran cepat tanpa uang tunai, serta meningkatkan efisiensi dan akses pengguna terhadap berbagai layanan keuangan digital.

2.7.2 Jenis Aplikasi *Digital Payment*

Sistem *digital payment* terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap metode transaksi yang praktis, cepat, dan mudah diakses. Perbedaan antar jenis *digital payment* terletak pada media yang digunakan dalam transaksi, mekanisme pengelolaan dana, serta keterlibatan lembaga keuangan dalam prosesnya. Secara umum, terdapat beberapa jenis *digital payment* yang banyak digunakan oleh masyarakat.

2.7.2.1 Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah untuk mengakses dan melakukan berbagai transaksi keuangan secara elektronik melalui perangkat telepon seluler. Layanan ini dijalankan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan melalui peraturan OJK

Nomor 21 Tahun 2023 tentang Layanan Digital Bank Umum dengan tujuan untuk menjamin keamanan, efisiensi, serta keandalan sistem layanan perbankan.

Melalui mobile banking, nasabah dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan dengan lebih mudah, seperti mengecek saldo, menstransfer dana, membayar tagihan, hingga melakukan pembelian layanan digital tanpa harus datang ke kantor cabang. Kehadiran layanan ini membuat akses terhadap layanan keuangan menjadi lebih praktis dan efisien, sehingga turut meningkatkan kualitas pelayanan perbankan bagi masyarakat (OJK, 2023)

2.7.2.2 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) nasional yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk pembayaran berbasis kode QR. Standar ini diwajibkan digunakan dalam setiap transaksi yang memanfaatkan kode QR dengan tujuan menyederhanakan serta menyeragamkan sistem pembayaran digital. QRIS memungkinkan satu kode QR digunakan secara universal oleh berbagai penyedia layanan, ataupun mobile banking, sehingga mempermudah transaksi antara konsumen dan pedagang serta meningkatkan efisiensi dan integrasi antar platform dalam ekosistem *digital payment* di Indonesia.

QRIS menghadirkan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi secara cepat dan modern tanpa ketergantungan pada uang tunai. Sistem ini bersifat secara luas dengan aman, karena seluruh Penyedia Layanan Pembayaran (PSP) QRIS telah berlisensi

dan diawasi secara langsung oleh Bank Indonesia. Bagi pedagang, QRIS meningkatkan peluang penjualan, citra usaha, dan profesionalitas. Sistem ini praktis, mengurangi biaya serta risiko uang tunai, mencatat transaksi secara otomatis, memisahkan keuangan bisnis dan pribadi, mempermudah rekonsiliasi, mencegah kecurangan, dan mendukung pembangunan profil kredit untuk akses fasilitas keuangan di masa depan OJK (2023).

2.7.3 Akad dan Prinsip Syariah dalam *Digital Payment*

Dalam perspektif ekonomi syariah, setiap transaksi keuangan, termasuk transaksi yang dilakukan melalui *digital payment*, harus memenuhi prinsip-prinsip syariah agar terhindar dari unsur riba (tambahan yang tidak dibenarkan), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi). Prinsip tersebut menjadi landasan utama dalam menentukan kehalalan suatu produk atau layanan keuangan, termasuk layanan *digital payment* yang disediakan oleh bank syariah.

Secara umum, terdapat beberapa akad yang mendasari penyelenggaraan layanan *digital payment* berbasis syariah. Pertama, akad wadi'ah (titipan), digunakan pada penyimpanan dana nasabah dalam rekening mobile banking, di mana bank berperan sebagai penerima titipan yang wajib menjaga dan mengembalikan dana sesuai permintaan nasabah. Kedua, akad wakalah (perwakilan), digunakan ketika bank bertindak sebagai wakil nasabah untuk melaksanakan perintah transaksi, seperti transfer dana atau pembayaran melalui QRIS. Ketiga, akad ijarah (sewa jasa),

diterapkan atas layanan penyediaan sistem dan infrastruktur *digital payment* yang dikenakan biaya administrasi. Keempat, akad sharf (pertukaran uang) berlaku pada transaksi yang melibatkan konversi nilai dalam sistem *digital payment*, yang harus dilakukan secara tunai (taqabudh) dan tanpa penundaan agar terhindar dari riba nasi'ah.

Kesesuaian layanan *digital payment* dengan prinsip syariah juga diatur melalui fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa DSN-MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah menegaskan bahwa penyelenggaraan uang elektronik wajib terhindar dari riba, gharar, maysir, tadlis, dan risywah, serta digunakan untuk transaksi yang halal. Selanjutnya, Fatwa DSN-MUI Nomor 145/DSN-MUI/VII/2021 tentang *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) menjelaskan bahwa penggunaan QRIS dibolehkan selama akad yang mendasarinya, baik wakalah, ijarah, maupun sharf, dilaksanakan sesuai dengan ketentuan syariah serta bebas dari unsur yang dilarang.

Dengan diterapkannya akad-akad tersebut secara konsisten, layanan mobile banking dan QRIS yang disediakan oleh bank syariah dapat memberikan jaminan kesyariahan bagi penggunanya. Hal ini penting mengingat kepercayaan masyarakat, khususnya masyarakat Kota Sigli yang mayoritas menganut nilai-nilai keislaman, tidak hanya dibentuk oleh aspek keamanan sistem secara teknis, tetapi juga oleh keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, kepatuhan

terhadap akad dan prinsip syariah menjadi salah satu faktor yang turut memperkuat minat masyarakat dalam menggunakan *digital payment* berbasis bank syariah.

2.8. Kelebihan *Digital Payment*

Menurut Nasution (2023), sistem *digital payment* memiliki sejumlah kelebihan yang memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi. Sistem ini tidak hanya menawarkan kemudahan dan kepraktisan, tetapi juga mampu menghemat waktu karena proses pembayaran dapat dilakukan dengan cepat dan efisien. Di samping itu, penggunaan *digital payment* juga dapat meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pengguna terhadap layanan yang digunakan. Dari sisi biaya, sistem ini cenderung lebih ekonomis karena biaya administrasinya relatif rendah. Selain itu, seluruh transaksi tercatat secara digital sehingga lebih transparan dan mempermudah pengguna dalam mengelola serta memantau keuangan.

2.8.1 Kekurangan *Digital Payment*

Menurut Alendra (2024), salah satu kelemahan sistem *digital payment* adalah adanya penundaan waktu penerimaan dana oleh pihak penerima. Kondisi ini umumnya terjadi akibat proses verifikasi transaksi, gangguan teknis pada sistem, serta berbagai kendala operasional lainnya. Hal tersebut dapat mengganggu kelancaran arus kas dan menurunkan efektivitas pelaksanaan transaksi keuangan.

2.9 Penelitian Terdahulu

Untuk memperjelas fokus dan posisi penelitian, diperlukan kajian pustaka terhadap berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Tinjauan ini berfungsi sebagai landasan konseptual sekaligus sebagai alat pembanding untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Secara analitis, langkah ini penting untuk memastikan adanya kontribusi ilmiah yang jelas, baik berupa penguatan temuan sebelumnya maupun pengisian celah penelitian (*research gap*) yang masih terbuka.

Penelitian yang dilakukan oleh Triatha & Setiawan (2025) bertujuan untuk menganalisis pengaruh kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan literasi keuangan digital terhadap perilaku penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan layanan pembayaran digital, sedangkan kegunaan yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Linh & Huyen (2025) bertujuan untuk menganalisis peran kepercayaan dalam adopsi *digital payment* di negara berkembang. Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi, terutama melalui persepsi kegunaan dan norma subjektif. Namun, hubungan negatif antara persepsi kegunaan dan sikap menunjukkan bahwa kebiasaan menggunakan uang tunai dan kekhawatiran keamanan masih memengaruhi pengguna. Penelitian ini menekankan pentingnya

peningkatan kepercayaan melalui keamanan, literasi keuangan, dan transparansi untuk mendorong adopsi pembayaran digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriani & Anjarwati (2025) untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi QRIS, dengan menitikberatkan kepercayaan digital sebagai mediator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dalam adopsi QRIS. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun QRIS dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Tingkat kepercayaan terhadap sistem menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan adopsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Jahangir & Segumpan (2025) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pembayaran QR pada UKM ritel di Selangor, Malaysia, dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) serta menempatkan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap adopsi pembayaran QR. Selain itu, kepercayaan terbukti berperan sebagai mediator penting yang memperkuat persepsi keamanan dan keandalan sistem.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Anas (2024) bertujuan untuk melihat sejauh mana adopsi sistem *digital payment* dan transaksi keuangan Indonesia dan didasarkan pada faktor yang digunakan dalam teori *Technology Acceptance Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan berpengaruh dalam mengadopsi sistem

digital payment serta dukungan dari pemerintah yang mendorong niat untuk mengadopsi *digital payment*.

Penelitian yang dilakukan oleh Napitupulu dan HS (2024) bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan QRIS dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Gunadarma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS, sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Selain itu, kepercayaan juga tidak mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh Aqilah dan Fathoni (2023) bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan mobile banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan belum tentu menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking, karena pengguna dapat mempertimbangkan faktor lain sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan digital.

Penelitian Nurrohman & Qurniawati (2022) bertujuan mengkaji penggunaan aplikasi pembayaran non tunai pada masyarakat Muslim di Solo Raya. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, kualitas layanan digital, dan e-trust berpengaruh terhadap minat ulang masyarakat Muslim di Solo Raya dalam menggunakan transaksi non tunai. Selain itu, sistem pembayaran digital terbukti dapat diandalkan untuk mempermudah aktivitas transaksi masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Liem & Jokhu (2022) meneliti faktor yang memengaruhi minat penggunaan *digital payment*, yaitu keamanan, kemudahan, kegunaan, kepercayaan, norma subjektif, dan sikap. Hasilnya menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, kepercayaan, norma subjektif, dan sikap berpengaruh signifikan, sedangkan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh siagian & Tarigan (2022) bertujuan untuk menganalisis penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada penggunaan pembayaran digital di Indonesia dengan melibatkan 258 responden yang dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap niat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital, baik secara langsung maupun melalui hubungan mediasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ke empat faktor tersebut memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan adopsi pembayaran digital.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Triatha & Setiawan (2025): Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap perilaku penggunaan layanan digital payment	- Kuantitatif - Kuesioner - 176 Responden - Purposive Sampling - PLS-SEM SmartPLS 4	Parsial Simultan	- Kuantitatif - Variabel Persepsi Kegunaan - Persepsi Kemudahan Penggunaan	- Variabel Literasi Keuangan digital - Lokasi Penelitian - Responden - Variabel Terikat - Metode Analisis
2.	Linh & Huyen (2025): An extension of Trust an TAM model with TPB in the adoption of digital payment: An empirical study in vietnam	- Kuantitatif - Analisis Statistik - PLS-SEM - Asosiatif	Positif Signifikan	- Kuantitatif - Persepsi Kegunaan - Persepsi Kemudahan penggunaan - Persepsi Kepercayaan	- Lokasi Penelitian - Variabel TPB - Metode Analisis - Responden
3.	Apriani & Anjarwati (2025) Peran kepercayaan digital sebagai mediator persepsi kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan QRIS.	- Kuantitatif - Survei - Kuesioner - Responden 80 pedagang - Analisis Mediasi	Positif Signifikan	- Kuantitatif - Kuesioner - Kerangka TAM - Pembayaran Digital Syariah - QRIS	- Lokasi Penelitian - Responden - Uji Mediasi Trust Mediator

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaaan	Perbedaan
4.	Jahangir & Segumpan (2025): The Mediating Role of Trust in the Relationship Between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and QR Payment Adoption Among Retail SMEs in Selangor, Malaysia	- Kuantitatif - Kuesioner - SEM-PLS	Positif Signifikan	- Kuantitatif - Digital Payment - Persepsi Kegunaan, - Persepsi Kemudahan Penggunaan - Kepercayaan - Digital Payment	- Lokasi Penelitian - Uji Korelasi - Fokus Penelitian - Sampel Penelitian
5.	Pratama & Anas (2024): Financial Technology Adoption on Payment System and Financial Transactions Among Millennials in Indonesia.	- Kuantitatif - SmartPLS 3 - SEM-PLS - Path analisis	Positif Signifikan	- Kuantitatif - Kerangka TAM - Digital Payment	- Metode Penelitian - Lokasi Penelitian - Fokus Penelitian - Variabel Penelitian - Fokus Penelitian
6.	Napitupulu dan HS (2024): Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran dengan Quick Response Code Indonesian Standar (QRIS) dengan Dimediasi Kepercayaan: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Gunadarma	- Kuantitatif - Kuesioner - SmartPLS 4.0 - Responden	Parsial Simultan	- Kuantitatif - Kuesioner - Persepsi kemudahan - kepercayaan - Digital payment.	- Lokasi Penelitian - Responden - Fokus Penelitian - Sampel Penelitian

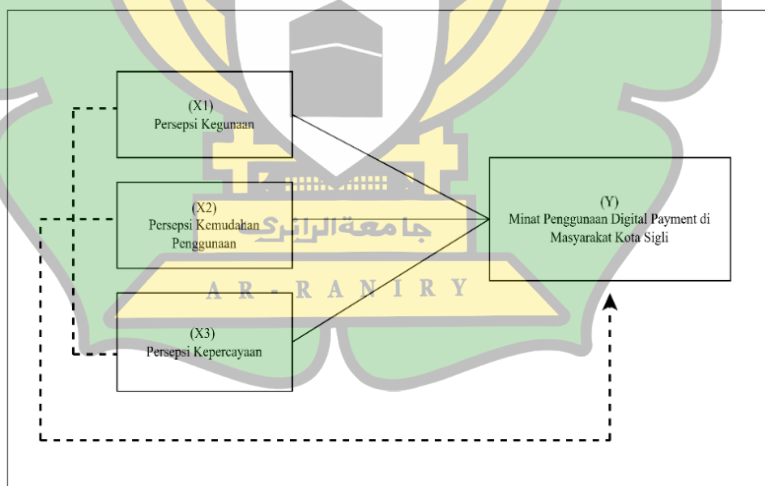
Tabel 2.1 Lanjutan

No	Nama Peneliti/Tahun/ Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
7.	Aqilah & Fathoni (2023): Factors Determining The Use Of Mobile Banking In Indonesia	- Kuesioner - SmartPLS 3.2.9 - Kuantitatif - Responden 200	Parsial Simultan	- Kuantitatif - Kuesioner - Persepsi Kegunaan - Persepsi Kemudahan Penggunaan - Digital Payment	- Lokasi Penelitian - Fokus Penelitian - Sampel Penelitian
8.	Nurrohman & Qurniawati (2022): Technology acceptance model dan penerimaan teknologi finansial.	- Kuantitatif - Responden Muslim - Kuesioner 100 - Purposive Sampling - Analisis Linear Berganda	Parsial Simultan	- Kuantitatif - Kuesioner - Analisis Linear Berganda - Kerangka TAM - Digital Payment di Indonesia	- Sampel Penelitian - Lokasi Penelitian - Fokus Penelitian
9.	Liem dan Jokhu (2022): The Analysis of Digital Payment Usage Intention From TPB And TAM Perpesktif	- Kuantitatif - Analisis Linear Berganda - Responden 300	Parsial Simultan	- Kuantitatif - Analisis Linear Berganda - Variabel Kemudahan Penggunaa. - Kepercayaan	- Lokasi Penelitian - Variabel Keamanan - Responden - Objek Penelitian
10.	Siagian & Tarigan (2022): The Effect of Perceived Security, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Consumer Behavioral intention through trust in digital payment platform	- Kuantitatif - PLS-SEM - 258 Responden. - Kuesioner - SmartPLS 3.0	Positif Signifikan	- Kuantitatif - Kuesioner - Variabel persepsi Kegunaan - Variabel persepsi Kemudahan penggunaan	- Lokasi Penelitian - PLS-SEM - Variabel Keamanan - Analisis Responden

2.10 Kerangka Berpikir

Menurut Sukanto (2024) Kerangka berpikir merupakan suatu model konseptual yang menggambarkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang telah ditentukan sebagai permasalahan penting dalam penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan terhadap penerimaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli. Semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap ketiga faktor tersebut, maka semakin tinggi pula minat penggunaan sebagai indikator penerimaan teknologi *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berpikir



Keterangan:

—————▶ = Secara Parsial

-----▶ = Secara Simultan

Berdasarkan Gambar 2.1 dapat dijelaskan bahwa model kerangka berpikir menunjukkan hubungan antara variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Kepercayaan (X3) terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* di Masyarakat Kota Sigli (Y). Variabel tersebut diduga memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan sebagai bentuk penerimaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

2.11 Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis merupakan proses penyusunan dugaan sementara yang didasarkan pada teori, penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir yang telah dirumuskan, yang kemudian akan diuji melalui pengumpulan dan analisis data dalam penelitian. Hipotesis juga menjadi dasar dalam pengujian data untuk membuktikan kebenarannya, serta membantu peneliti menarik kesimpulan yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Sugiyono (2023) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban tersebut masih didasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis dapat dipahami sebagai jawaban teoretis terhadap rumusan masalah penelitian, bukan jawaban yang bersifat empiris.

2.11.1 Pengaruh kegunaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

Pengaruh persepsi kegunaan mencerminkan penilaian individu terhadap kemampuan *digital payment* dalam

mempermudah proses transaksi, meningkatkan efisiensi waktu, serta memberikan jaminan keamanan dan kesesuaian. Semakin tinggi tingkat manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula kecenderungan masyarakat untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Fazriansyah & Mawardi (2022) persepsi kegunaan kehadiran sistem pembayaran telah menggantikan uang tunai, namun hadirnya sistem informasi baru membutuhkan proses transisi bagi penerimaannya mengingat adanya proses konflik dalam adaptasi. Sebagian masyarakat masih berfikir bahwa teknologi pembayaran akan menyulitkan mereka dalam bertransaksi karena sudah terbiasa dan nyaman dengan cara pembayaran tunai.

Penelitian dari Saharani & Abi (2024) persepsi kegunaan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja, sehingga dapat diyakini dengan menggunakan suatu teknologi tertentu akan memberikan manfaat bagi seseorang yang menggunakannya. Apabila seseorang menganggap dengan menggunakan suatu media informasi itu berguna maka mereka akan terus menggunakannya. Dan sebaliknya, jika seseorang menganggap suatu media informasi kurang berguna maka mereka tidak akan menggunakannya. Temuan ini juga sejalan dengan pengembangan TAM yang menegaskan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap *digital payment*. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengajukan hipotesis:

H1: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

2.11.2 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan menggambarkan penilaian masyarakat terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut, serta kemudahan akses yang tersedia, disertai dengan tingkat hambatan yang dirasakan yang relatif rendah dalam menjalankan berbagai aktivitas transaksi sehari-hari, seperti pembayaran, transfer dana, maupun penggunaan layanan aplikasi perbankan syariah.

Menurut Nurrohmah & Nuryani (2025) dalam persepsi kemudahan berkaitan dengan dengan sejauh mana seseorang merasa mudah dalam mempelajari dan menggunakan teknologi. Jika *digital payment* mudah digunakan, maka keinginan untuk menggunakannya cenderung meningkat, dan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

Penelitian dari Sulistyani & Setiawan (2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan ukuran keyakinan seseorang bahwa teknologi tersebut harus jelas untuk digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, namun harus mudah dioperasikan. Dengan kata lain, penggunaan sistem tidak banyak memerlukan usaha. Hal ini akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan sistem. Temuan ini sejalan dengan teori TAM yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh langsung terhadap penggunaan *digital payment*. Dari

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

H2: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

2.11.3 Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

Persepsi kepercayaan mencerminkan tingkat keyakinan masyarakat terhadap aspek keamanan, keandalan, serta integritas sistem layanan yang disediakan. Hal ini mencakup keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan melalui *digital payment* terlindungi dari potensi penyalahgunaan data, dapat diproses secara akurat, serta dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan nilai kejujuran dan transparansi. Dalam konteks tersebut, semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan *digital payment*, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menerima serta menggunakan layanan tersebut dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Menurut Talitha & Fitriati (2026) Kepercayaan dalam transaksi digital merujuk kepada keyakinan konsumen bahwa sistem pembayaran elektronik dapat berfungsi secara andal dan aman, meskipun infrastruktur teknologi telah tersedia.

Bagi Masyarakat Kota Sigli kepercayaan menjadi faktor krusial karena tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan, keandalan, serta kejujuran layanan *digital payment*. Penelitian Putri & Hatta (2025) menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan mampu

mempengaruhi minat menggunakan *digital payment*. Karena semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menerima serta memanfaatkan layanan *digital payment* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengajukan hipotesis:

H3: Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *digital payment* di Masyarakat Kota Sigli.

2.11.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan secara simultan berpengaruh dalam penerimaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Alfaris (2023) yang menunjukkan bahwa penerimaan *digital payment* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan dalam hal ini yang memenuhi kebutuhan serta memenuhi gaya hidup yang berlaku pada masyarakat. Selain itu persepsi kegunaan membantu meningkatkan kinerja seseorang dalam usahanya, persepsi kemudahan penggunaan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian, sedangkan persepsi kepercayaan berperan dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan tingkat keamanan dan memberikan jaminan

keamanan data pribadi, sehingga akan menimbulkan rasa percaya terhadap *sistem digital payment*.

H4: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berbasis filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan dengan instrumen penelitian dan analisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Rizkia (2022).

Penelitian asosiatif merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada ada atau tidaknya hubungan, tetapi juga mengkaji tingkat kekuatan serta arah hubungan tersebut, baik yang bersifat positif maupun negatif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih sistematis mengenai keterkaitan antarvariabel sebagai dasar dalam menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Tjahyadi et al 2024). Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini akan dianalisis menggunakan statistik dan subjek penelitian ini merupakan Masyarakat Kota Sigli.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup seluruh objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis secara sistematis. Populasi tidak hanya berhubungan dengan jumlah

individu, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik yang menjadi fokus kajian dalam penelitian. Oleh karena itu, penentuan populasi yang tepat dan jelas menjadi landasan penting dalam proses analisis serta penarikan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian (Tjahyadi, 2023).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Sigli yang berada pada kelompok usia 17–47 tahun. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Kota Sigli Tahun 2025, jumlah penduduk Kota Sigli tercatat sebanyak 20.040 jiwa, yang terdiri atas 9.864 jiwa (49,22%) laki-laki dan 10.176 jiwa (50,78%) perempuan. Dari jumlah tersebut, penduduk yang termasuk dalam kelompok usia 17–47 tahun berjumlah 13.937 jiwa dan dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari masyarakat Kota Sigli yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Menurut Tjahyadi (2023), sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan digunakan sebagai representasi populasi dalam suatu penelitian. Penggunaan sampel dilakukan karena jumlah populasi yang cukup besar, sehingga penelitian dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan efisien tanpa mengurangi kemampuan peneliti dalam menarik kesimpulan yang berlaku bagi populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena penelitian memerlukan subjek yang memenuhi

kriteria tertentu, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dengan tujuan penelitian (Tumurang, 2024). Penentuan sampel dilakukan secara sengaja oleh peneliti dengan mempertimbangkan karakteristik responden yang selaras dengan fokus penelitian. Adapun jenis *purposive sampling* yang diterapkan yaitu *judgmental sampling*, di mana peneliti secara langsung menentukan responden yang dinilai memenuhi syarat berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan sebelumnya, tanpa melakukan pembagian sampel berdasarkan wilayah maupun kelompok tertentu.

1. Masyarakat Kota Sigli yang pernah menggunakan *digital payment* bank syariah.
2. Pernah menggunakan Mobile banking atau QRIS
3. Berusia 17- 47 tahun
4. Berdomisili di Kota Sigli

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

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

Keterangan

S = Jumlah sampel

λ^2 = Chisquare (2.706)

N = Jumlah Populasi

P = Peluang benar (0.5)

Q = Peluang salah (0,1)

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

Maka jumlah sampel yang akan diambil yaitu sebagai berikut:

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

$$s = \frac{2,706 \times 13.937 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(13.937 - 1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{2,706 \times 13.937 \times 0,25}{0,0025(13.936) + 2,706 \times 0,25}$$

$$s = \frac{2,706 \times 13.937 \times 0,25}{34,84 + 0,6765}$$

$$s = \frac{37.719,522 \times 0,25}{35,5165}$$

$$s = \frac{9.429,8805}{35,5165}$$

$$s = 265,5$$

$$s = 265 \text{ responden}$$

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan bahwa jumlah sampel (S) 265= 265. Maka penelitian ini menggunakan data dari 265 responden.

3.3 Sumber dan Teknik pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Data merupakan sekumpulan fakta atau keterangan awal yang belum diolah, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam proses analisis untuk menghasilkan informasi yang bermakna dalam

penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui responden sesuai kebutuhan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana data yang diperoleh langsung dari sumber melalui komunikasi dengan informan yang menjadi sampel penelitian dan bersifat sesuai dengan kebutuhan analisis (Tjahyadi et al 2024). Data primer yang dikumpul dalam penelitian ini nantinya diperoleh langsung dengan memberikan kuesioner kepada masyarakat Kota Sigli yang menggunakan *digital payment*.

3.3.2 Teknik Pengambilan Data

Penyebaran kuesioner menjadi upaya penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. kuesioner yang disebarkan berupa pernyataan-pernyataan yang harus dijawab dengan 5 pilihan jawaban. Kuesioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari dua bagian yaitu

- a. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden
- b. Bagian yang berisi pernyataan terkait variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala *Likert* untuk menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan, sehingga menghasilkan data kuantitatif yang dapat dianalisis lebih lanjut sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk memudahkan evaluasi 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 KS (Kurang setuju) diberi nilai 3
4. Jawaban S (setuju) diberi nilai 4
5. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Konsep yang dapat diukur dan dioperasionalkan, yang digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena dalam penelitian Susianti & Srifariyati, (2024). Adapun Tjahyadi (2023) berpendapat bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu dalam berbagai bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi yang relevan, yang kemudian dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan.

Pemilihan variabel dalam penelitian ini didasarkan pada teori yang telah diuraikan pada Bab II, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dalam model tersebut, penerimaan suatu teknologi dijelaskan melalui dua konstruk utama, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang keduanya diadopsi sebagai variabel bebas dalam penelitian ini karena dianggap relevan untuk menjelaskan sejauh mana masyarakat Kota Sigli menilai manfaat dan kemudahan *digital payment*. Selain kedua konstruk tersebut, penelitian ini menambahkan variabel

persepsi kepercayaan sebagai pengembangan dari TAM, mengingat karakteristik objek penelitian berupa layanan keuangan digital berbasis bank syariah, di mana aspek keamanan, keandalan sistem, serta kesesuaian dengan prinsip syariah menjadi pertimbangan penting bagi pengguna sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan. Penambahan variabel persepsi kepercayaan ini juga didukung oleh berbagai penelitian terdahulu, sebagaimana diuraikan pada bagian tinjauan penelitian terdahulu, yang menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berperan penting dalam membentuk minat penggunaan *digital payment*. Dengan demikian, ketiga variabel bebas yang digunakan, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan, memiliki landasan teori yang jelas dan saling melengkapi dalam menjelaskan minat penggunaan *digital payment* (Y) sebagai variabel terikat.

3.4.1.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas diartikan variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel lain yang disebut variabel terikat dalam suatu penelitian. Adapun dalam penelitian ini akan diambil Persepsi Kegunaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), Persepsi Kepercayaan (X_3) yang akan memengaruhi minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

3.4.1.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam penelitian. Variabel terikat menggambarkan hasil atau perubahan yang terjadi akibat pengaruh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah minat penggunaan *Digital Payment*, yaitu tingkat kecenderungan masyarakat untuk menggunakan layanan *digital payment*.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Indikator	Item	Skala
1.	Persepsi kegunaan (X1) tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi mampu memberikan manfaat serta membuat aktivitas menjadi lebih mudah, cepat, dan efektif Arianto (2025).	1. Mempermudah waktu 2. Menghemat waktu 3. Mengurangi penggunaan uang tunai 4. Membantu aktivitas sehari-hari 5. Memudahkan pekerjaan Fahlevi et. al (2017)	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Ordinal
2.	Persepsi Kemudahan penggunaan (X2) tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipahami, mudah dipelajari, dan tidak membutuhkan usaha yang besar untuk digunakan Arianto (2025).	1. Mudah dipelajari 2. Mudah digunakan 3. Jelas dan mudah dipahami 4. Mudah menjadi terampil 5. Fleksibel saat digunakan Fatmawati (2015)	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Ordinal

Tabel 3.1 Lanjutan

No	Definisi Variabel	Indikator	Item	Skala
3.	Persepsi Kepercayaan (X3) merupakan keyakinan pengguna bahwa sistem digital payment bank syariah aman, dapat diandalkan, melindungi data pribadi, dan meminimalkan risiko kerugian finansial Nurdin (2025)	1. Jaminan keamanan 2. Kerahasiaan data 3. Keandalan sistem Kotler dan Keller (2018)	1-2 3-4 5-6	Ordinal
4.	Minat dalam Penerimaan digital payment bank syariah (Y) tingkat keinginan masyarakat untuk menggunakan, mencoba, dan memanfaatkan layanan <i>digital payment</i> berbasis bank syariah dalam melakukan transaksi keuangan.	1. Niat Menggunakan 2. Keinginan untuk mencoba 3. Rencana penggunaanya 4. Penggunaan berkelanjutan Slameto (2013)	1-2 3-4 5-6 7-8	Ordinal

Instrumen penelitian yang menggunakan skala *Likert* dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk memberi nilai pada variabel agar data dapat diukur dan diolah secara sistematis. Dalam penelitian kuantitatif, skala yang paling umum dan sesuai untuk kuesioner yaitu skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2013) skala *Likert*

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial yang telah ditetapkan sebagai variabel penelitian. Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala lima poin, yaitu

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Likert (Pernyataan Positif)

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2021)

3.6 Metode Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan teknik untuk menilai ketepatan suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan mampu merepresentasikan konsep variabel secara akurat. Dalam penelitian kuantitatif, uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar menggambarkan variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics 27.

Menurut Sugiyono (2023) instrumen yang valid berarti alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini didukung oleh software IBM SPSS Statistics 27 dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai $\text{sig (2-tailed)} < \alpha (0,05)$, maka kuesioner dinyatakan valid
Jika nilai $\text{sig (2-tailed)} > \alpha (0,05)$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghozali (2021), suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh, semakin baik tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian, sehingga instrumen tersebut layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model penelitian telah memenuhi asumsi dasar statistic, sehingga hasil yang diperoleh bersifat valid, dan bebas dari uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji Asumsi Klasik dapat dijabarkan sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal atau mendekati normal

akan menghasilkan estimasi model regresi yang lebih baik, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan secara lebih tepat. Uji normalitas dapat dilakukan melalui analisis grafik maupun analisis statistik. Salah satu bentuk analisis grafik adalah dengan menggunakan histogram untuk melihat apakah distribusi residual mendekati distribusi normal. Namun, interpretasi histogram terkadang kurang memberikan gambaran yang tegas, terutama apabila jumlah sampel relatif sedikit. Oleh karena itu, metode lain yang dapat digunakan adalah *Normal Probability Plot* (P-P Plot), yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif residual dengan distribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan pada analisis *Normal Probability Plot* (P-P Plot) adalah sebagai berikut:

1. Apabila titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka residual dapat dikatakan berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka residual tidak berdistribusi normal sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Uji ini bertujuan memastikan bahwa setiap variabel independen

dapat memberikan pengaruh secara terpisah terhadap variabel dependen tanpa adanya korelasi yang terlalu kuat antar variabel bebas. Apabila terjadi korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka model regresi menjadi tidak stabil dan hasil analisis sulit untuk diinterpretasikan. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $VIF \geq 10$, maka terjadi multikolineritas
2. Jika $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolineritas

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah penyebaran residual dalam model regresi memiliki varians yang sama atau tidak. Apabila titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan. Salah satunya yaitu menggunakan grafik *Scatterplot*, dengan melihat pola penyebaran titik-titik antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual terstandarisasi (SRESID). Dasar pengambilan keputusan pada uji *Scatterplot* adalah sebagai berikut:

1. Apabila titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

2. Apabila titik-titik membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, atau pola lain, maka model regresi mengalami heteroskedastisitas.

3.7 Metode Analisis Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan persepsi kepercayaan (X3), terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* di masyarakat Kota Sigli. Model regresi linear berganda dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan *Digital Payment* di masyarakat Kota Sigli

A = Konstanta

b1= Koefisien regresi persepsi kegunaan

b2= Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan

b3= Koefisien regresi persepsi kepercayaan

X1= variabel persepsi kegunaan

X2= variabel persepsi kemudahan penggunaan

X3= variabel persepsi kepercayaan

e = residual/ error

3.8 Pembuktian Hipotesitas

Uji hipotesis merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji dugaan sementara berdasarkan data sampel. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Hipotesis terdiri dari hipotesis nol (H_0) yang

menyatakan tidak adanya pengaruh, serta hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan adanya pengaruh. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai signifikansi (α) sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak.

3.8.1 Uji Parsial (*Partially Test*)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05. Berdasarkan nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, yaitu jika t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

H_0 diterima maka H_a ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

3.8.2 Uji Simultan (F Statistic)

Uji F (simultan) koefisien digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* di masyarakat Kota Sigli

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen dalam model regresi. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Semakin mendekati angka 1, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan tersebut. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur

sejauh mana variabel independen secara simultan mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil (R^2) ini juga memberikan gambaran mengenai kemampuan model regresi linear berganda dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Sigli, Kabupaten Pidie, Provinsi Aceh. Kota Sigli merupakan ibu kota Kabupaten Pidie yang menjadi pusat pemerintahan, perdagangan, pendidikan, dan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat. Kondisi tersebut menjadikan Kota Sigli memiliki aktivitas transaksi yang cukup tinggi sehingga penggunaan teknologi dalam sistem pembayaran juga terus berkembang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pidie dalam *Kecamatan Kota Sigli Dalam Angka 2025*, jumlah penduduk Kecamatan Kota Sigli pada tahun 2024 sebanyak 20.040 jiwa. Dari jumlah tersebut, penduduk yang termasuk dalam kelompok umur yang menjadi populasi penelitian berjumlah 13.937 jiwa. Besarnya jumlah penduduk tersebut menunjukkan bahwa Kota Sigli memiliki potensi yang cukup besar dalam penggunaan layanan *digital payment*, seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Sigli dan telah menggunakan layanan *digital payment*, khususnya Mobile Banking dan QRIS. Kedua layanan tersebut dipilih karena telah banyak digunakan sebagai alat pembayaran yang praktis, cepat, dan mudah dalam berbagai aktivitas, seperti berbelanja, membayar makanan, maupun melakukan transaksi lainnya. Data penelitian dikumpulkan melalui

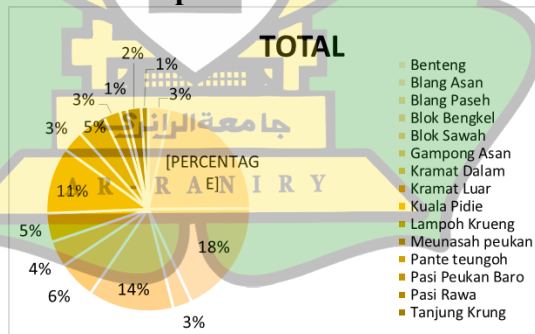
penyebaran kuesioner secara langsung kepada masyarakat yang memenuhi kriteria responden yang telah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *digital payment* pada masyarakat Kota Sigli.

4.2 Gambaran Responden

4.2.1 Karakteristik Responden

Kuesioner disebarakan melalui *Google Form* dan telah diisi oleh 265 masyarakat di Kota Sigli. Dalam penelitian ini, beberapa karakteristik responden yang dianalisis meliputi alamat, jenis kelamin, usia, status pekerjaan, penghasilan perbulan, serta aplikasi yang digunakan *digital payment*. Karakteristik tersebut akan dijelaskan lebih lanjut melalui diagram yang menyajikan data responden sebagai berikut:

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

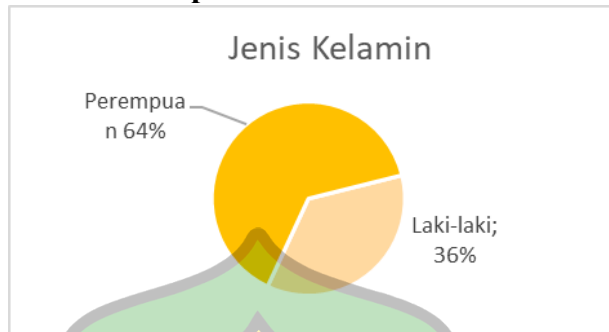


Sumber data diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.1, diketahui bahwa dari total 265 responden, sebagian besar berdomisili di Gampong Blang Asan, yaitu sebanyak 57 orang 21%. Selanjutnya, responden yang berasal

dari Blang Paseh berjumlah 48 orang 18%, Blok Sawah sebanyak 36 orang 14%, dan Kuala Pidie sebanyak 28 orang 11%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari gampong yang memiliki jumlah penduduk serta aktivitas ekonomi yang relatif lebih tinggi di Kecamatan Kota Sigli. Sementara itu, responden yang berasal dari Gampong Asan berjumlah 16 orang 6%, Kramat Luar dan Meunasah Peukan masing-masing sebanyak 12 orang 5%, serta Kramat Dalam sebanyak 11 orang 4%. Adapun responden yang berasal dari Benteng dan Lampoh Krueng masing-masing berjumlah 9 orang 3%, Blok Bengkel sebanyak 8 orang 3%, Pante Teungoh sebanyak 7 orang 3%, dan Pasi Rawa sebanyak 6 orang 2%. Responden yang berasal dari Pasi Peukan Baro dan Tanjung Krueng masing-masing berjumlah 3 orang 1%. Tingginya jumlah responden dari Gampong Blang Asan, Blang Paseh, Blok Sawah, dan Kuala Pidie diduga disebabkan oleh lokasi gampong tersebut yang berada di pusat Kota Sigli dengan kepadatan penduduk dan aktivitas perdagangan yang tinggi, sehingga masyarakatnya lebih terpapar dan familiar dengan penggunaan layanan *digital payment*. Sebaliknya, sedikitnya responden dari Pasi Peukan Baro dan Tanjung Krueng diduga disebabkan oleh lokasi gampong tersebut yang relatif berada di pinggiran Kota Sigli dengan jumlah penduduk yang lebih sedikit, sehingga jangkauan penyebaran kuesioner pada wilayah tersebut juga lebih terbatas.

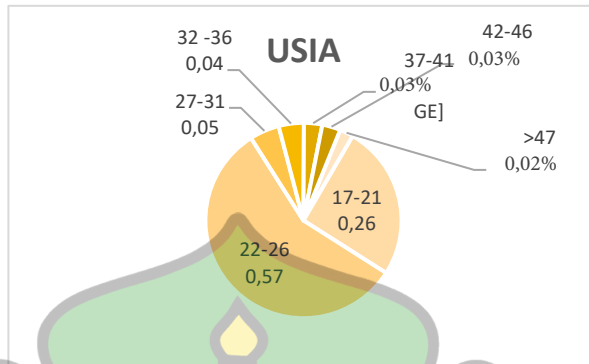
Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber data diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.2, mengenai jenis kelamin diketahui bahwa total responden dari 265, sebagian besar berjenis perempuan, yaitu sebesar 170 orang atau 64%, sedangkan responden laki-laki sebesar 95 orang atau 36%. Lebih banyaknya responden perempuan diduga disebabkan oleh perempuan yang umumnya lebih aktif mengelola transaksi keuangan rumah tangga sehari-hari, seperti belanja kebutuhan pokok dan pembayaran tagihan, sehingga lebih sering berinteraksi dengan layanan *digital payment*. Selain itu, perempuan juga cenderung lebih responsif dalam mengisi kuesioner penelitian yang disebarluaskan secara daring. Sebaliknya, lebih sedikitnya responden laki-laki diduga karena sebagian dari mereka memiliki mobilitas dan aktivitas di luar rumah yang lebih tinggi, sehingga waktu untuk mengisi kuesioner penelitian menjadi lebih terbatas.

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

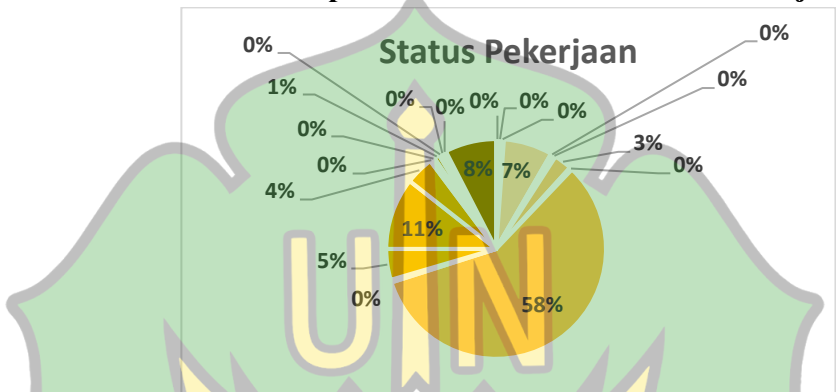


Sumber data diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.3, diketahui bahwa distribusi usia responden menunjukkan bahwa dari total 265 responden, mayoritas berada pada rentang usia 22–26 tahun sebanyak 151 orang atau 57%. Kelompok usia 17–21 tahun menempati urutan kedua, yaitu berjumlah 68 orang atau 26%. Selanjutnya, responden berusia 27–31 tahun tercatat sebanyak 13 orang atau 5%. Responden dengan usia 32–36 tahun berjumlah 11 orang atau 4%, dan usia 37–41 tahun dan 42–46 tahun masing-masing tercatat sebanyak 8 orang atau 3%, sedangkan responden yang berusia di atas tahun berjumlah 6 orang atau 2%. Dominasi responden pada rentang usia 22-26 tahun diduga disebabkan oleh kelompok usia tersebut berada pada tahap akhir pendidikan tinggi maupun awal memasuki dunia kerja, sehingga tergolong sebagai kelompok yang paling melek teknologi (*digital native*) dan terbiasa memanfaatkan layanan digital, termasuk *digital payment*, dalam aktivitas sehari-hari. Sebaliknya, sedikitnya responden berusia di atas 47 tahun diduga disebabkan oleh

kelompok usia tersebut yang umumnya lebih terbiasa dan merasa nyaman menggunakan metode transaksi tunai, serta memiliki keterbatasan dalam mengakses maupun mengoperasikan teknologi finansial digital.

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

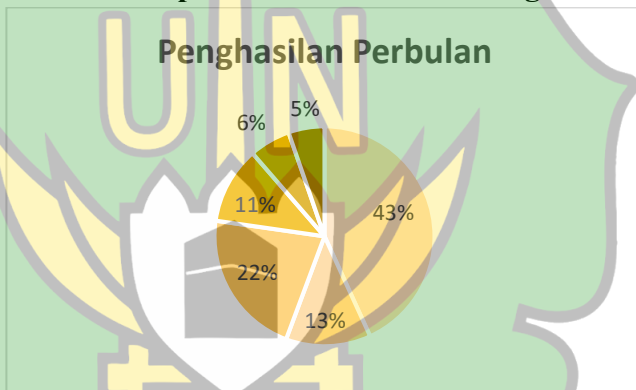


Sumber data diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.4, karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan menunjukkan bahwa dari 265 responden, mayoritas berstatus Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 153 orang (58%). Selanjutnya, Pegawai Swasta berjumlah 28 orang (11%), Wiraswasta/Pengusaha 20 orang (8%), Freelance 19 orang (7%), Pegawai Negeri Sipil 12 orang (5%), Pegawai Tetap 11 orang (4%), dan Ibu Rumah Tangga 7 orang (3%). Sementara itu, kategori pekerjaan lainnya masing-masing hanya mencakup 1–2 responden atau kurang dari 1%. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa. Dominasi responden berstatus Pelajar/Mahasiswa sejalan dengan karakteristik usia responden yang didominasi kelompok usia 17-26 tahun, serta

didukung oleh keberadaan sejumlah lembaga pendidikan di Kota Sigli yang menjadikan populasi pelajar/mahasiswa cukup besar dan lebih mudah dijangkau melalui penyebaran kuesioner secara daring. Sebaliknya, sedikitnya responden dari kategori pekerjaan lainnya, seperti buruh, dosen, penjahit, tenaga kontrak, SPG, dan karyawan kontrak diduga disebabkan oleh keterbatasan akses maupun waktu kelompok tersebut dalam menggunakan perangkat digital untuk mengisi kuesioner penelitian.

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

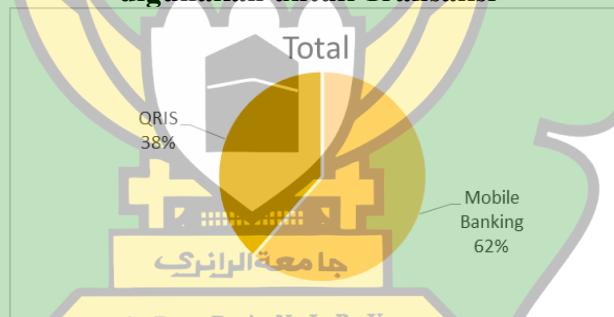


Sumber data diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.5, karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan menunjukkan bahwa dari 265 responden, mayoritas memiliki penghasilan kurang dari Rp1.000.000, yaitu sebanyak 114 orang (43%). Selanjutnya, responden dengan penghasilan Rp1.000.000–Rp2.000.000 berjumlah 57 orang (22%), lebih dari Rp5.000.000 sebanyak 33 orang (13%), Rp2.000.000–Rp3.000.000 sebanyak 30 orang (11%), Rp3.000.000–Rp4.000.000 sebanyak 16 orang (6%), dan Rp4.000.000–Rp5.000.000 sebanyak

14 orang (5%). Dengan demikian, sebagian besar responden dalam penelitian ini berpenghasilan kurang dari Rp1.000.000 per bulan. Dominasi responden dengan penghasilan kurang dari Rp1.000.000 sejalan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa, yang umumnya belum memiliki penghasilan tetap dan hanya mengandalkan uang saku. Sebaliknya, sedikitnya responden dengan penghasilan Rp4.000.000-Rp5.000.000 diduga disebabkan oleh jumlah responden yang berstatus Pegawai Tetap maupun Pegawai Negeri Sipil dalam penelitian ini relatif sedikit, mengingat kelompok pekerjaan tersebut umumnya memiliki penghasilan pada rentang tersebut.

Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Metode yang digunakan untuk Transaksi



Sumber data diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.6, diagram metode pembayaran transaksi menunjukkan bahwa dari 265 responden bahwa Mobile Banking merupakan layanan *digital payment* yang paling banyak digunakan oleh responden, yaitu sebanyak 163 orang atau 62%. Sementara itu, responden yang menggunakan QRIS sebanyak 102 orang atau 38%. Lebih banyaknya pengguna Mobile Banking

dibandingkan QRIS diduga disebabkan oleh Mobile Banking yang telah lebih lama tersedia dan menjadi layanan utama yang ditawarkan bank syariah kepada nasabahnya, sehingga masyarakat sudah lebih familiar dan terbiasa menggunakannya untuk berbagai kebutuhan transaksi, seperti transfer dan pembayaran tagihan. Sebaliknya, lebih sedikitnya pengguna QRIS diduga disebabkan oleh layanan tersebut yang tergolong relatif baru dan penggunaannya masih terbatas pada merchant atau pedagang tertentu yang telah menyediakan fasilitas pemindaian QRIS, sehingga jangkauan pemanfaatannya oleh masyarakat Kota Sigli belum semerata Mobile Banking.

4.3 Deskriptif Data Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat Kota Sigli yang telah menggunakan layanan *digital payment*, yaitu Mobile Banking dan QRIS. Kuesioner yang digunakan terdiri dari 28 butir pernyataan, yang meliputi 10 pernyataan untuk variabel Persepsi Kegunaan (X1), 10 pernyataan untuk variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), 6 pernyataan untuk variabel Persepsi Kepercayaan (X3), dan 8 pernyataan untuk variabel Minat Penggunaan (Y). Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terlebih dahulu disajikan secara deskriptif berdasarkan jawaban responden pada setiap indikator dari masing-masing variabel penelitian. Penyajian data ini bertujuan untuk memberikan gambaran

mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti. Selanjutnya, hasil tersebut diinterpretasikan menggunakan pedoman interpretasi data sehingga memudahkan dalam memahami kecenderungan jawaban responden sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 4.1
Interprestasi Nilai Rata-Rata

No	Skor	Interpretasi
1.	1,00-3,00	Tidak Setuju
2.	3,01-5,00	Setuju

4.3.1 Deskripsi Variabel Persepsi Kegunaan

Tabel 4.2
Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kegunaan (X1)

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean	Interpretasi
1.	Proses transaksi terasa lebih cepat dan mudah dengan menggunakan digital payment	11	2	6	102	144	4,38	Setuju
2.	Digital payment membuat waktu bertransaksi menjadi jauh lebih singkat.	8	7	5	104	141	4,36	Setuju
3.	Pekerjaan sehari-hari terasa lebih terarah dengan adanya digital payment	8	6	13	124	114	4,24	Setuju
4.	Pengelolaan transaksi harian menjadi lebih mudah dan teratur berkat digital payment.	8	8	15	110	124	4,26	Setuju

Tabel 4.2 Lanjutan

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean	Interpretasi
5.	Transaksi keuangan terasa lebih lancar dan efisien dengan menggunakan digital payment.	8	5	18	117	117	4,24	Setuju
6.	Berbagai kebutuhan transaksi dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan mudah melalui digital payment	10	2	13	113	127	4,30	Setuju
7.	Pencatatan transaksi menjadi lebih rapi dan mudah dipantau dengan digital payment	6	9	11	118	121	4,27	Setuju
8.	Kuangan terasa lebih terkelola dengan baik berkat penggunaan digital payment.	8	10	22	114	111	4,16	Setuju
9.	Pekerjaan yang berkaitan dengan transaksi keuangan terasa lebih ringan dengan digital payment.	8	4	9	117	127	4,32	Setuju
10.	Digital payment memudahkan berbagai keperluan transaksi dalam aktivitas sehari-hari	6	7	11	108	133	4,33	Setuju
Rata-Rata Total (X1)							4,29	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Tabel 4.2, variabel Persepsi Kegunaan (X1) memiliki nilai mean pada seluruh indikator dengan total sebesar 4,29 dengan kategori setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Sigli memberikan penilaian positif terhadap manfaat penggunaan *digital payment*.

4.3.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 265 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut.

Tabel 4.3
Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kemudahan penggunaan (X2)

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean	Interprestasi
1.	Penggunaan digital payment mudah dipelajari meskipun baru pertama kali mencobanya.	6	5	16	135	103	4,22	Setuju
2.	Petunjuk penggunaan digital payment mudah diikuti tanpa perlu bantuan orang lain.	7	6	26	127	99	3,99	Setuju
3.	Sistem digital payment membantu mempercepat proses transaksi sehari-hari.	7	4	10	111	133	4,35	Setuju
4.	Bertransaksi melalui digital payment terasa lebih praktis dibandingkan menggunakan uang tunai.	6	6	26	109	118	4,23	Setuju

Tabel 4.3 Lanjutan

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean	Interprestasi
5.	Tampilan dan fitur yang tersedia pada digital payment mudah dipahami dan dioperasikan.	7	5	19	130	104	4,20	Setuju
6.	Penggunaan digital payment berlangsung lancar tanpa banyak kendala.	9	7	37	116	96	4,06	Setuju
7.	Mobile banking dan QRIS memudahkan pemenuhan kebutuhan transaksi sehari-hari secara fleksibel.	4	6	9	119	127	4,35	Setuju
8.	Aplikasi digital payment mudah digunakan karena setiap menunya tersusun dengan jelas dan rapi.	8	6	11	123	117	4,26	Setuju
9.	Kemampuan menggunakan digital payment untuk kebutuhan sehari-hari dapat dikuasai dengan cepat.	7	6	17	117	118	4,25	Setuju
10.	Digital payment dapat diakses dan digunakan kapan saja selama jaringan internet tersedia.	6	4	15	109	131	4,33	Setuju
Rata-Rata Total (X2)							4,24	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.3, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) memperoleh nilai pada seluruh indikator dengan total sebesar 4,24 dengan kategori setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Kota Sigli memiliki persepsi yang

baik terhadap kemudahan penggunaan *digital payment*, dan menilai *digital payment* mudah untuk dipahami dan digunakan dalam berbagai aktivitas transaksi. Kemudahan penggunaan yang dirasakan memberikan kenyamanan bagi masyarakat dalam bertransaksi, sehingga layanan *digital payment* dapat dimanfaatkan secara lebih praktis untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari.

4.3.3 Deskripsi Variabel Persepsi Kepercayaan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 265 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4.4
Rata-rata Skor Tiap Indikator Persepsi Kepercayaan

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean	Interpretasi
1.	PIN dan password pada digital payment cukup kuat untuk melindungi akun dari ancaman kejahatan.	8	8	22	130	97	4,13	Setuju
2.	Bertransaksi menggunakan digital payment terasa aman dan nyaman.	3	7	19	127	109	4,25	Setuju
3.	Data pribadi tetap terjaga kerahasiaannya saat menggunakan digital payment.	6	5	17	140	97	4,19	Setuju
4.	Informasi pribadi tidak akan disalahgunakan oleh penyedia layanan digital payment.	5	13	15	132	10	4,16	Setuju
5.	Layanan digital payment dapat diandalkan dalam	6	1	13	124	121	4,33	Setuju

	mendukung kelancaran transaksi.							
6.	Penyedia layanan digital payment selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan penggunanya.	6	7	10	129	113	4,26	Setuju
Rata-Rata Total (X3)							4,22	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.4, variabel Persepsi Kepercayaan (X3) memperoleh nilai mean pada seluruh indikator dengan total sebesar 4,22 dengan kategori setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Kota Sigli memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap penggunaan *digital payment*. dan memandang bahwa *digital payment* sebagai layanan yang dapat diandalkan dalam mendukung aktivitas transaksi.

4.3.4 Deskripsi Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 265 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut.

Tabel 4.5
Rata-rata Skor Tiap Indikator Minat Penggunaan

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean	Interprestasi
1.	Metode pembayaran digital menjadi pilihan dalam melakukan transaksi sehari-hari.	6	3	19	128	109	4,24	Setuju
2.	Kemudahan dan kepraktisan terasa nyata saat melakukan pembayaran secara digital.	7	3	11	133	111	4,27	Setuju

Tabel 4.5 lanjutan

No	Indikator	STS	T S	KS	S	SS	Mean	Interprestasi
3.	Pembayaran secara digital akan menjadi metode yang terus dipilih di masa mendatang.	6	4	10	130	115	4,29	Setuju
4.	Metode pembayaran digital diharapkan semakin banyak dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari.	7	3	15	122	118	4,29	Setuju
5.	Metode digital payment menarik untuk digunakan karena manfaatnya yang besar.	5	7	14	127	112	4,26	Setuju
6.	Bertransaksi secara digital terasa lebih mudah dan nyaman dalam kehidupan sehari-hari.	3	4	15	125	118	4,32	Setuju
7.	Metode digital payment selalu menjadi andalan dalam setiap kegiatan transaksi pembayaran.	9	6	17	126	107	4,19	Setuju
8.	Kehadiran metode pembayaran lain tidak mengurangi	3	6	21	114	121	4,29	Setuju

	keinginan untuk tetap menggunakan metode digital payment.							
Rata-Rata Total (Y)							4,27	Setuju

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5, variabel Minat Penggunaan (Y) memperoleh nilai mean pada seluruh indikator dengan total sebesar 4,27 dengan kategori setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Kota Sigli memiliki minat yang baik terhadap penggunaan *digital payment* sebagai sarana dalam melakukan transaksi, dan memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan digital payment dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Serta diterima dengan baik oleh masyarakat dan dipandang sebagai metode pembayaran yang praktis, sehingga mendorong keinginan masyarakat untuk terus menggunakannya dalam berbagai kebutuhan transaksi.

4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar menggambarkan variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan metode *Pearson Product Moment (Pearson Correlation)* dengan menggunakan bantuan program SPSS. Suatu item pernyataan dikatakan 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 yaitu sebanyak 265 responden, sehingga nilai *degree of freedom* (df) dihitung dengan rumus $df = n - 2$, yaitu $265 - 2 = 263$. Berdasarkan tabel distribusi r, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,120. Dengan demikian, suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,120). Item yang memenuhi ketentuan tersebut dianggap mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Adapun hasil uji validitas pada masing-masing variabel penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel %(df=N-2=263)	Kesimpulan
Persepsi Kegunaan	X _{1.1}	0,867	0,120	Valid
	X _{1.2}	0,900	0,120	Valid
	X _{1.3}	0,854	0,120	Valid
	X _{1.4}	0,850	0,120	Valid
	X _{1.5}	0,857	0,120	Valid
	X _{1.6}	0,849	0,120	Valid
	X _{1.7}	0,836	0,120	Valid
	X _{1.8}	0,827	0,120	Valid
	X _{1.9}	0,907	0,120	Valid
	X _{1.10}	0,882	0,120	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.6, hasil uji validitas pada variabel Persepsi Kegunaan menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini terlihat dari nilai r hitung pada setiap item yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,120. Nilai r hitung pada masing-masing pernyataan berada pada rentang 0,827 sampai dengan 0,907, sedangkan nilai r tabel sebesar 0,120. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Kegunaan,

yaitu X1 hingga X10, telah memenuhi kriteria validitas karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel Persepsi Kegunaan mampu mengukur aspek yang diteliti secara tepat dan konsisten. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan tersebut layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Variabel	Pernyataan	r hitung	r Tabel %(df=N-2=263)	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	X _{2.1}	0,796	0,120	Valid
	X _{2.2}	0,859	0,120	Valid
	X _{2.3}	0,811	0,120	Valid
	X _{2.4}	0,864	0,120	Valid
	X _{2.5}	0,835	0,120	Valid
	X _{2.6}	0,876	0,120	Valid
	X _{2.7}	0,812	0,120	Valid
	X _{2.8}	0,825	0,120	Valid
	X _{2.9}	0,882	0,120	Valid
	X _{2.10}	0,863	0,120	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil uji validitas pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi kriteria validitas. Hal ini terlihat dari nilai r hitung pada setiap item yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,120. Nilai r hitung pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berada pada rentang 0,796 hingga 0,882. Seluruh item

pernyataan, yaitu X2.1 sampai dengan X2.10, memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan mampu mengukur indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian dengan baik. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

Tabel 4. 8
Uji Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel %(df=N-2=263)	Kesimpulan
Persepsi Kepercayaan	X _{3.1}	0,824	0,120	Valid
	X _{3.2}	0,837	0,120	Valid
	X _{3.3}	0,894	0,120	Valid
	X _{3.4}	0,893	0,120	Valid
	X _{3.5}	0,891	0,120	Valid
	X _{3.6}	0,844	0,120	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.8, hasil uji validitas pada variabel Persepsi Kepercayaan menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi kriteria valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung pada setiap butir pernyataan yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,120. Nilai r hitung pada variabel Persepsi Kepercayaan berada pada rentang 0,824 hingga 0,894. Seluruh item pernyataan, yaitu X3.1 sampai dengan X3.6, memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel, sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan pada variabel Kepercayaan mampu mengukur indikator penelitian dengan baik dan tepat. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Tabel 4. 9
Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Minat Penggunaan	Y _{1.1}	0,830	0,120	Valid
	Y _{1.2}	0,851	0,120	Valid
	Y _{1.3}	0,897	0,120	Valid
	Y _{1.4}	0,867	0,120	Valid
	Y _{1.5}	0,874	0,120	Valid
	Y _{1.6}	0,887	0,120	Valid
	Y _{1.7}	0,843	0,120	Valid
	Y _{1.8}	0,840	0,120	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji validitas pada variabel Minat Penggunaan menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi kriteria valid. Hal ini terlihat dari nilai r hitung pada setiap butir pernyataan yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,120. Nilai r hitung pada variabel Minat Penggunaan berada pada rentang 0,830 hingga 0,897. Seluruh item pernyataan, yaitu Y_{1.1} sampai dengan Y_{1.8}, memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan pada variabel Minat Penggunaan mampu mengukur indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian dengan baik. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian serta analisis berikutnya.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan hasil yang stabil dan dapat dipercaya. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama ketika digunakan secara berulang dalam kondisi yang sama. 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
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1.	Persepsi Kegunaan (X1)	10	0,938	0,60	Reliabel
2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	10	0,954	0,60	Reliabel
3.	Persepsi Kepercayaan (X3)	6	0,931	0,60	Reliabel
4.	Minat Penggunaan (Y)	8	0,952	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,938 dengan jumlah 10 item pernyataan. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen pada variabel Persepsi Kegunaan dinyatakan reliabel. Variabel Persepsi

Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,954 dengan 10 item pernyataan. Nilai tersebut juga lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dinyatakan reliabel.

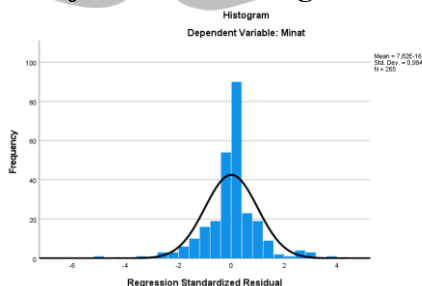
Selanjutnya, variabel Persepsi Kepercayaan (X3) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,931 dengan jumlah 6 item pernyataan. Karena nilai tersebut melebihi batas minimum 0,60, maka instrumen pada variabel Persepsi Kepercayaan dinyatakan reliabel. Variabel Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,952 dengan jumlah 8 item pernyataan. Nilai tersebut juga lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen pada variabel Minat Penggunaan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian

4.5. Uji Asumsi Klasik

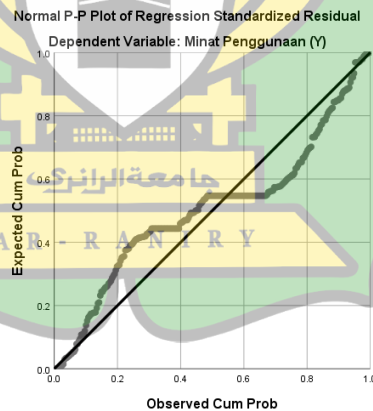
4.5.1. Uji Normalitas

Gambar 4.7
Uji Validitas Histogram



Berdasarkan histogram residual terstandarisasi di atas, dapat dilihat bahwa pola distribusi data membentuk kurva menyerupai lonceng (*bell-shaped curve*) dan sebagian besar frekuensi data terkonsentrasi di sekitar nilai tengah (0). Batang histogram juga tampak mengikuti garis kurva normal yang ditampilkan, meskipun terdapat beberapa nilai yang menyebar di bagian ekor distribusi. Hal tersebut masih tergolong wajar dan tidak menunjukkan adanya penyimpangan yang berarti dari distribusi normal. Selain itu, hasil statistik pada histogram menunjukkan nilai mean residual sebesar $7,79E-16$ yang sangat mendekati nol dan standar deviasi sebesar 0,995, yang juga mendekati nilai 1. Kondisi ini mengindikasikan bahwa residual telah terstandarisasi dengan baik dan mendukung asumsi distribusi normal.

Gambar 4.8
Uji Validitas P Plot



Hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga secara statistik residual dinyatakan tidak berdistribusi normal. Namun, berdasarkan Gambar 4.8 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 265 responden, penyimpangan tersebut masih dapat ditoleransi karena uji *Kolmogorov-Smirnov* cenderung sangat sensitif terhadap ukuran sampel yang besar, sehingga penyimpangan kecil dari distribusi normal dapat menyebabkan hasil uji menjadi signifikan. Oleh karena itu, secara visual distribusi residual masih dapat dikatakan mendekati normal, sehingga model regresi tetap layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Fenomena ketidaknormalan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* tersebut umum ditemukan pada penelitian dengan jumlah sampel besar. Berdasarkan *Central Limit Theorem*, apabila ukuran sampel cukup besar ($n \geq 30$), maka distribusi sampling akan cenderung mendekati distribusi normal meskipun distribusi populasi aslinya tidak normal, sehingga dengan jumlah sampel sebanyak 265 responden pada penelitian ini, syarat tersebut telah terpenuhi secara jauh melampaui batas minimum. Ghazali (2021) juga menjelaskan bahwa uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki kelemahan berupa tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap ukuran sampel besar, sehingga penilaian normalitas data sebaiknya tidak hanya didasarkan pada uji statistik formal, tetapi juga perlu didukung oleh analisis grafis, seperti histogram dan *normal probability plot* (P-P Plot), sebagaimana telah ditunjukkan pada Gambar 4.7 dan Gambar 4.8. Selain itu, dalam analisis regresi linier berganda,

asumsi normalitas terutama diperlukan untuk memastikan validitas pengujian hipotesis (uji t dan uji F), bukan untuk keabsahan estimasi koefisien regresi itu sendiri, karena berdasarkan *Gauss-Markov Theorem*, estimator regresi tetap bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) meskipun asumsi normalitas tidak sepenuhnya terpenuhi, selama asumsi dasar regresi lainnya, seperti tidak adanya multikolinearitas dan heteroskedastisitas, telah terpenuhi. Dengan demikian, ketidaknormalan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini tidak menjadi hambatan untuk melanjutkan analisis regresi linier berganda.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 11
Uji Multikolinearitas

	Model	Collinearity Statistic	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1.	(Constant)		
	Persepsi Kegunaan (X1)	0,222	4,498
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,164	6,100
	Persepsi Kepercayaan (X3)	0,245	4,089

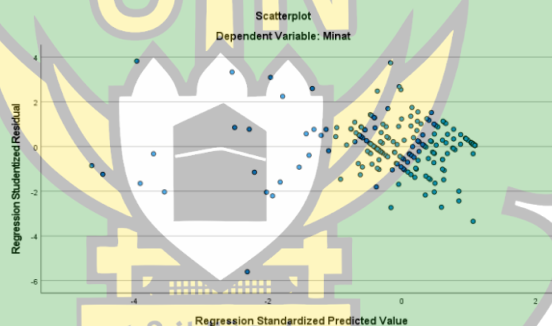
Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel Persepsi Kegunaan (X1) sebesar 0,222, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,164, dan Persepsi Kepercayaan (X3) sebesar 0,245. Seluruh nilai *Tolerance* tersebut berada di atas 0,10. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* pada variabel Persepsi Kegunaan (X1) sebesar 4,498, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 6,100, dan Persepsi Kepercayaan (X3) sebesar 4,089, yang seluruhnya

masih berada di bawah 10. Berdasarkan kriteria pengujian, apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen, yaitu Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Kepercayaan (X3). Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.9
Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Berdasarkan Gambar 4.9, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis horizontal pada nilai 0 dan tidak membentuk suatu pola tertentu, seperti pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Penyebaran titik yang relatif merata tersebut mengindikasikan bahwa varians residual cenderung konstan pada setiap nilai prediksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala

heteroskedastisitas. Oleh karena itu, salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi telah terpenuhi sehingga model regresi dinilai layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

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

Tabel 4. 12
Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1.	(Constans)	2,146	0,888	
	Persepsi Kegunaan	0,131	0,044	0,159
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,301	0,048	0,383
	Persepsi Kepercayaan	0,551	0,067	0,418

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan pada Tabel 4:12, diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 2,146 menunjukkan bahwa apabila variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan bernilai nol, maka Minat Penggunaan diperkirakan sebesar 2,146, dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).
2. Koefisien regresi pada variabel Persepsi Kegunaan sebesar 0,131 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Kegunaan akan diikuti oleh

peningkatan Minat Penggunaan sebesar 0,131 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap (*ceteris paribus*).

3. Koefisien regresi pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,301 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan akan meningkatkan Minat Penggunaan sebesar 0,301 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).
4. Koefisien regresi pada variabel Persepsi Kepercayaan sebesar 0,551 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Kepercayaan akan meningkatkan Minat Penggunaan sebesar 0,551 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap (*ceteris paribus*).

4.6.1 Uji Parsial (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. 13
Uji T

Variabel	A R - t A N t R YSig	hitung	tabel	Sig	Keterangan
Persepsi Kegunaan		3,001	1,969	0,003	Berpengaruh signifikan
Persepsi Kemudahan Penggunaan		6,215	1,969	0,000	Berpengaruh signifikan
Persepsi Kepercayaan		8,282	1,969	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.13, pengujian secara parsial (uji t) dilakukan dengan membandingkan nilai *t* hitung dengan *t* tabel, serta nilai signifikansi (Sig.) dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05.

Suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai t tabel dalam penelitian ini diperoleh dengan rumus $df = n - k$ ($265 - 4 = 261$) pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,969. Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Uji t terhadap variabel Persepsi Kegunaan (X_1) terhadap Minat Penggunaan (Y) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,001 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,969 ($3,001 > 1,969$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$). Dengan demikian, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan masyarakat dari penggunaan *digital payment*, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakannya.
2. Uji t terhadap variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2) terhadap Minat Penggunaan (Y) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 6,215 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,969 ($6,215 > 1,969$). Nilai signifikansi sebesar 0,000 juga lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Hal ini

mengindikasikan bahwa semakin mudah layanan *digital payment* dipahami, dioperasikan, dan digunakan, maka semakin besar pula minat masyarakat Kota Sigli untuk memanfaatkannya.

- Uji t terhadap variabel Persepsi Kepercayaan (X_3) terhadap Minat Penggunaan (Y) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 8,282 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,969 ($8,282 > 1,969$). Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas layanan *digital payment*, maka semakin tinggi pula minat masyarakat Kota Sigli untuk menggunakan layanan tersebut.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. 14

Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	7241,383	3	2413.794	447,674	0,000 ^b
	Residual	1407, 275	261	5,392		
	Total	8648, 657	264			
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y1)						
b. Predictor: (Constans), Persepsi Kepercayaan (X3), Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2).						

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.14, diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh Persepsi Kegunaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Persepsi Kepercayaan (X_3) secara simultan terhadap Minat Penggunaan (Y) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Selain itu, nilai F_{hitung} sebesar 447,674 lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 2,64 ($447,674 > 2,64$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Persepsi Kepercayaan (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara simultan memiliki kontribusi yang nyata dalam memengaruhi minat masyarakat Kota Sigli untuk menggunakan layanan *digital payment*.

4.6.3 Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari *R Square*, yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Semakin tinggi nilai *R Square*, semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai *R Square* semakin kecil, maka semakin rendah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

4.6.4 Hasil Uji Koefisien

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinansi (R²)

Model Summary ^b			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
0,915 ^a	0,837	0,835	2.322

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.15, diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,837, yang menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Persepsi Kepercayaan (X_3) secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 83,7% variasi Minat Penggunaan (Y) *digital payment*. Sementara itu, sebesar 16,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,835 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dalam model, kemampuan model dalam menjelaskan variasi Minat Penggunaan tetap berada pada kategori yang sangat baik. Selain itu, nilai *R* sebesar 0,915 mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan dengan Minat Penggunaan *digital payment*.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di Masyarakat Kota Sigli

Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kegunaan sebesar 0,131 dengan tingkat signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t_{hitung} sebesar 3,001 lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,969. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan masyarakat dari penggunaan *digital payment*, seperti kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat Kota Sigli untuk menggunakan *digital payment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Sigli menilai *digital payment* memberikan banyak kemudahan, seperti mempercepat transaksi, membuat pembayaran lebih efisien, memudahkan aktivitas pembayaran, dan memberikan kenyamanan saat bertransaksi. Manfaat tersebut menjadi alasan bagi masyarakat untuk memiliki minat yang lebih tinggi dalam menggunakan *digital payment* pada kegiatan sehari-hari. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_{a1}) yang menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* pada masyarakat Kota Sigli diterima.

Temuan ini diperkuat oleh hasil analisis deskriptif, dimana indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan

“Proses transaksi terasa lebih cepat dan mudah dengan menggunakan *digital payment*” dengan mean 4,38. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang paling dirasakan responden dari penggunaan *digital payment* adalah kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Dengan kata lain, semakin praktis dan mudah proses pembayaran yang dirasakan masyarakat, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan *digital payment* dalam kegiatan sehari-hari.

Hasil ini turut memperkuat landasan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis (1989). Dalam teori ini, persepsi kegunaan dijelaskan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat memberikan manfaat dan membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam penelitian ini, masyarakat Kota Sigli cenderung lebih berminat menggunakan *digital payment* ketika mereka merasakan bahwa sistem tersebut dapat mempermudah transaksi, menghemat waktu, dan membuat pembayaran menjadi lebih praktis serta efisien.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan Jahangir & Segumpan (2025) serta Pratama & Anas (2024) yang sama-sama menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap adopsi atau minat penggunaan *digital payment*. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa ketika pengguna merasa sistem pembayaran digital benar-benar memberi manfaat, mempermudah transaksi, dan membantu aktivitas sehari-hari, maka mereka akan lebih tertarik

untuk menggunakannya. Namun berbeda dengan penelitian Liem dan Jokhu (2022) yang menemukan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *digital payment*. Perbedaan hasil tersebut diduga dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik responden, objek penelitian, serta model penelitian yang digunakan, sehingga manfaat yang dirasakan belum menjadi faktor utama dalam mendorong minat penggunaan *digital payment*.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di Masyarakat Kota Sigli.

Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,301 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($6,215 > 1,969$). Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment*. Nilai koefisien regresi sebesar 0,301 menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam menggunakan *digital payment*, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan *digital payment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Sigli menilai *digital payment* sebagai layanan yang mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah digunakan. Layanan ini juga tidak membutuhkan usaha yang rumit saat dipakai. Karena merasa lebih mudah, masyarakat menjadi lebih nyaman dan percaya diri saat melakukan transaksi secara digital. Hal tersebut mendorong

meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan *digital payment* dalam kegiatan sehari-hari. Dengan demikian, hipotesis kedua (Ha2) yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* dapat diterima.

Hal ini juga didukung oleh hasil analisis deskriptif, di mana indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Sistem *digital payment* membantu mempercepat proses transaksi sehari-hari” dengan nilai mean sebesar 4,35. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Sigli paling merasakan kemudahan *digital payment* dalam mempercepat proses transaksi sehari-hari. Kemudahan tersebut membuat proses transaksi menjadi lebih praktis dan efisien, sehingga mendorong meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan *digital payment* dalam aktivitas sehari-hari.

Temuan ini juga sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis (1989). Dalam teori ini, persepsi kemudahan penggunaan berarti keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipelajari dan mudah digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar pula minat seseorang untuk menerima dan memakainya. Dalam penelitian ini, masyarakat Kota Sigli cenderung lebih tertarik menggunakan *digital payment* ketika mereka merasa sistem tersebut mudah dipahami, mudah digunakan, dan dapat membantu mempermudah proses transaksi.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan Triatha dan Setiawan (2025), serta Purwanto et al. (2024) yang menyatakan bahwa

persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan maupun minat menggunakan *digital payment*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan *digital payment* dipahami, dipelajari, dan digunakan, maka semakin besar pula keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Namun berbeda dengan penelitian Aqilah dan Fathoni (2023) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pada beberapa layanan digital, kemudahan penggunaan belum tentu menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat. Dalam kondisi tertentu, pengguna dapat lebih mempertimbangkan faktor lain seperti kepercayaan, keamanan, manfaat, atau kebutuhan terhadap layanan tersebut.

4.7.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di Masyarakat Kota Sigli.

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel Persepsi Kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,551 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t_{hitung} sebesar 8,282 lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,969 ($8,282 > 1,969$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas layanan

digital payment, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan *digital payment* tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Sigli lebih tertarik menggunakan *digital payment* ketika mereka merasa layanan tersebut aman, mampu menjaga data pribadi, dan dapat diandalkan dalam bertransaksi. Kepercayaan tersebut membuat masyarakat merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan *digital payment*, sehingga meningkatkan minat mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Dengan demikian, hipotesis ketiga (Ha3) yang menyatakan bahwa Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* pada masyarakat Kota Sigli dapat diterima.

Temuan tersebut juga tercermin pada hasil analisis deskriptif, dimana indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan "Layanan *digital payment* dapat diandalkan dalam mendukung kelancaran transaksi" dengan nilai mean sebesar 4,33. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Sigli memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keandalan layanan *digital payment*, khususnya dalam mendukung kelancaran transaksi.

Hasil ini juga selaras dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Meskipun kepercayaan bukan merupakan konstruk utama dalam TAM, berbagai pengembangan model TAM menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor eksternal yang dapat meningkatkan penerimaan suatu teknologi. Ketika pengguna memiliki keyakinan

bahwa suatu sistem aman, dapat diandalkan, dan mampu melindungi data pribadi, mereka akan lebih mudah menerima teknologi tersebut serta memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Apriani dan Anjarwati (2025) serta Linh dan Huyen (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap adopsi pembayaran digital. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Napitupulu dan HS (2024) yang menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, pengalaman penggunaan, serta faktor lain seperti kemudahan dan manfaat layanan yang dipertimbangkan oleh pengguna.

4.7.4 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* di Masyarakat Kota Sigli.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment*. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar 447,674 lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 2,64 ($447,674 > 2,64$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Sigli dalam menggunakan *digital payment*. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H_{a4}) yang menyatakan bahwa

Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* pada masyarakat Kota Sigli diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan *digital payment* dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan, bukan hanya satu faktor saja. Masyarakat akan lebih tertarik menggunakan layanan *digital payment* apabila mereka merasakan manfaat dalam bertransaksi, kemudahan saat mengoperasikan layanan, serta adanya keyakinan bahwa sistem tersebut aman dan dapat dipercaya. Ketiga faktor tersebut saling mendukung dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan pembayaran digital.

Hasil ini juga didukung oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Dalam TAM dijelaskan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor yang memengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Sementara itu, TRA menjelaskan bahwa minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan dan penilaian terhadap perilaku tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4.15, diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,837. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan mampu

menjelaskan sebesar 83,7% variasi pada Minat Penggunaan *digital payment*. Sementara itu, sebesar 16,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti persepsi keamanan (Siagian & Tarigan, 2022). Sikap (liem& jokhu, 2022). maupun faktor lain yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *digital payment*.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli: Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.
2. Secara parsial, Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.
3. Secara parsial, Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.
4. Secara simultan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *digital payment* di masyarakat Kota Sigli.

5.2 Saran

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

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mendalami variabel Persepsi Kepercayaan secara lebih spesifik, misalnya dengan menambahkan dimensi kepercayaan terhadap kesyariahan, serta menambahkan variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti persepsi risiko, literasi digital, pengaruh sosial, atau kebiasaan penggunaan. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah atau menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *digital payment*.

2. Bagi Masyarakat Kota Sigli

Masyarakat Kota Sigli disarankan mulai membiasakan diri menggunakan *digital payment*, seperti mobile banking dan QRIS, mulai dari transaksi kecil di UMKM dan pasar tradisional, mengikuti pelatihan literasi digital dari perbankan atau pemerintah daerah, serta menjaga kerahasiaan PIN, password, dan kode OTP.

3. Bagi Penyedia Layanan *Digital Payment*

Bagi Penyedia Layanan disarankan untuk memprioritaskan penguatan aspek kepercayaan, antara lain dengan meningkatkan sistem keamanan transaksi, transparansi biaya layanan, serta memastikan seluruh akad dan mekanisme transaksi telah sesuai dengan prinsip syariah dan memperoleh sertifikasi kesyariahan dari DSN-MUI. Selain itu, penyedia layanan juga disarankan

untuk terus menyederhanakan tampilan aplikasi agar lebih mudah digunakan oleh berbagai kalangan usia, serta menghadirkan fitur edukasi dalam aplikasi yang menjelaskan manfaat dan keamanan bertransaksi, sehingga kepercayaan dan minat masyarakat Kota Sigli untuk menggunakan *digital payment* dapat terus meningkat.

4. Bagi Pemerintah

Bagi Pemerintah dan instansi terkait, mengingat penggunaan *digital payment* di Aceh, termasuk Kota Sigli, masih tertinggal dibandingkan transaksi tunai, pemerintah bersama Bank Indonesia, OJK, dan perbankan syariah disarankan mengadakan sosialisasi dan pelatihan literasi keuangan digital syariah yang menjelaskan kesesuaian akad *digital payment* dengan prinsip syariah, serta memperluas infrastruktur jaringan internet dan akses layanan pembayaran digital di pasar tradisional dan sentra UMKM Kota Sigli.

DAFTAR PUSTAKA

- AlFaris. M., (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-wallet). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*. 4 (2) 67-74. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i2.7450>.
- Aqilah, S. & Fathoni, A. M. (2023). Factors Determining The Use Of Mobile Banking in Indonesia. *Internasional Journal of Banking And Finance*. 18 (2) 29-52. <https://doi.org/10.32890/ijbf2023.18.2.2>
- Anggraini, S. M., & Nurhayati., (2024). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*. 3 (3), 160-174. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3196>.
- Apriani, A., & Anjarwati, S. (2025). Peran Kepercayaan Digital sebagai Mediator Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Minat Menggunakan QRIS. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak dan Informasi (JAKPI)*. 5 (1), 191-208.
- Arianto, B. (2025). *Pengantar Teori Technology Acceptance Model*. Serang: Jawa Kreasinografi.
- Alendra, (2024). Tinjauan Yuridis Terhadap Keterlambatan Pembayaran Melalui Digital Payment Sistem dari Perspektif Hukum Perdata. *Jurnal BUDIMAS*. 06 (01).
- Desvronita, (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*. 18 (2).
- Fadillah, W. & Zainurossalamia, S., (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. 2 (2), 231-240.

- Fazriansyah & Mawardi, (2022). Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Berpengaruh Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Pada Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Manajemen*. 14 (2) 271-283. [doi:10.29264/jmmn.v14i2.11126](https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11126).
- Furqon, M. (2024). *Minat Belajar*. Sumatera Barat: PT. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Gisatriadi. N (2024) Perkembangan Perbankan Syariah di Era Digital. *Jurnal Media Ilmu*. 3 (2) 216-231.
- Ghozali, I (2021) *Aplikasi Analisis Multivariate*, Semarang; Badan Penerbit Universitas diponegoro
- Helvira, R. (2023) *Management Perbankan Syariah*. Pontianak: IAIN Pontianak Press.
- Hasanah, U. & Rusydi, M., (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains*. 10 (1) 93-107.
- INFOACEH. NET. (2025). QRIS kurang diminati di Aceh, masyarakat lebih suka transaksi tunai. <https://share.google/WoRRCDJjUsRM6janX>.
- Jahangir. R. M. S., & Segumpan. G. R. (2025). The Mediating Role of Trust in the Relationship Between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and QR Payment Adoption Among Retail SMEs in Selangor, Malaysia. *Jurnal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*. 7 (2). www.ijfmr.com.
- Laraswati, D. (2024). Technology Acceptance Model Untuk Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Dompot Digital Dana di Kota Bekasi. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*. 8 (6), 12794-12800. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i6.11982>.
- Liem, F. & Jokhu. R. J., (2022). The Analysis Of Digital Payment Usage Intention From TPB And TAM Perspective. *Jurnal*

- Ekonomi dan Bisnis. 11 (3), 923-931.
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i03.1264>.
- Linh, T. T., & Huyen, T. T. N., (2025). An extension of Trust and TAM model with TPB in the adoption of digital payment: An empirical study in vietnam. *Journal of digital*.
<https://f1000research.com/articles/14-127>.
- Laksana. (2022) *Digitalisasi Layanan Keuangan Pada Lembaga Jasa Keuangan Mikro*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- LIPUTANRAKYAT.COM (2021). Kabupaten Pidie Bersiap menuju Elektronifikasi transaksi Pemerintah. [https:// share. Google/ hVXZXTDqIKKF7ndx3](https://share.google/hVXZXTDqIKKF7ndx3).
- Nurdin (2025). *Teori-Teori Populer Dalam Teknologi Informasi*. Sumatera Barat: Karya Buku dan Jurnal Indonesia.
- Nasution. F. M. (2023) Implementasi Digital Payment dan Dampaknya Pada Keputusan Pengguna. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Napitupulu. L. N., & Ikhwan H. S. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Dengan Quick Response Code Indonesian Standar (QRIS) dengan Dimediasi Kepercayaan: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Syntax Literate: Indonesian Scientific Journal*. 9 (12).
<http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i12>.
- Nurrohman & Qurniawati (2022) Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya. *Jurnal Among Makarti*. 15 (2).
- Nurrohman & Nuryani (2025). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment QRIS pada UMKM di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. 2 (3) 508-517.
- OJK (2008) Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia. Jakarta.

- Putri, A. R., & Cahyani, A. R. (2024). kemudahan Penggunaan Digital Payment melalui ewallet dan mobile banking. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah* 03 (01) 60-68.
- Pratama, A., & Anas, P. E. (2024). Financial Technology Adoption on Payment System and Financial Transactions Among Millenials in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*. 9 (3). [doi:10.55123/mamen.v2i2.1808](https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808).
- Putri. T. M & Hatta, J. A., (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 17 (3) 215-228.
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Digital payment dan transformasi keuangan. *Jurnal Pengabdian Cendikia* 2 (3), 290-298.
- RRI.co.id. (2024). Tantangan adopsi digital payment di Aceh. <http://rri.co.id/>.
- Rian, D. & Zulfah. (2021). Peningkatan Minat Belajar Siswa Melalui Pembelajaran E-Learning Via Whatsapp di kelas X MIPA Madrasah Aliyah Hasanah Pekanbaru. *Jurnal on Education* 03 (02), 196-207.
- Susilawati. R. (2021) Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (*Trust*) pada adopsi layanan *Fintech* (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay). *Jurnal Indonesian Accounting Literacy* Vol. 02 pp 202-209.
- Sihite, R. S.M., (2024). *Belajar dan Pembelajaran*. Malang: PT. literasi Nusantara Abadi Grup.
- Suyanto (2023) *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. Banten: CV. AA. RIZKY
- Siagian & Tarigan (2022). The Effect of Perceived Security, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Consumer Behavioral intention throught trust in digital

- payment platform. *Jurnal Internasional Of Data and Network Science*. 6 861-874. [doi:10.5267/j.ijdns.2022.2.010](https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010).
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Saharani & Abi (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Qris Digital Payments On Dehasen University Students in Bengkulu. *Jurnal Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Sulistiyani. A.& Setiawan. H. (2024) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan E-wallet Sebagai Alternatif Pembayaran di Starbuck di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi* Vol 6.
- Talitha, G. A & Fitriati A., (2026). Adopsi Pembayaran Digital bagi Generasi Z: Peran Usefulness, Ease of Use, Risk dan Trust. *Jurnal of Accounting and Finance Management*. 6(6), 3208-3226. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i6>.
- Tjahyadi, I., & Sabir, M. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Karawang: CV. Saba Jaya Publisher.
- Triatha, Y., & Setiawan, B. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap perilaku penggunaan layanan digital payment. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 16 (2), 382-398.
- Umar, M. A. & Sari, S., (2025). Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam meningkatkan Minat Belajar Siswa MI di Era 5.0. *Jurnal Studi*
- Wardhani, E. K. C., & Masitoh, S. (2024). Pengaruh E-Trust, Website Quality, E-Service Quality dan Keragaman Produk

Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal of Trends Economics and Accounting Research* 4 (4), 855-863.

Wicaksono, R. S. (2022) *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang.

Yopita, A., & Wahyuningsih, Y. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan digital payment. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*. 2 (1), 1-8.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN *DIGITAL PAYMENT* BANK SYARIAH DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT KOTA SIGLI: PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM).

Assalamua'laikum, Wr. Wb

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

Nama : Ulfa Natasya

NIM : 220603095

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

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Digital Payment* Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Sigli: Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem pembayaran, tak terkecuali bagi masyarakat Kota Sigli. *Digital payment* kini menjadi salah satu pilihan pembayaran yang semakin banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai faktor turut mempengaruhi minat masyarakat Kota Sigli dalam menggunakan *digital payment*, di antaranya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *digital payment* bank syariah dalam meningkatkan minat masyarakat Kota Sigli melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Sehubungan dengan hal tersebut, partisipasi dalam pengisian kuesioner ini sangat diharapkan demi mendukung kelancaran penelitian.

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 sebaiknya. Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

IDENTITAS RESPONDEN DAN PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Email :
3. Alamat domisili : (Kota Sigli)
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Usia :
 - a. 17-21 tahun
 - b. 22-26 tahun
 - c. 27-31 tahun
 - d. 32-36 tahun
 - e. 37-41 tahun
 - f. 42-46 tahun
 - g. > 47 tahun
6. Status Pekerjaan:
 - a. Mahasiswa/pelajar
 - b. Pegawai Negeri Sipil/ TNI/ Polri
 - c. Pegawai Tetap
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Wiraswasta/ Pengusaha
 - f. Ibu Rumah Tangga
 - g. Freelance
 - h. Pensiunan
 - i. Lainnya

7. Penghasilan Perbulan

- a. Rp <1.000.000
- b. Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
- c. Rp.2.000.000 - Rp 3.000.000
- d. Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
- e. Rp 4.000.000 - Rp5.000.000
- f. Rp >5.000.000

8. Aplikasi yang digunakan untuk *digital payment*:

- a. Mobile Banking
- b. QRIS

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan jawaban pada pertanyaan 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)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Mempercepat transaksi						
1.	Proses transaksi terasa lebih cepat dan mudah dengan menggunakan digital payment.					
2.	Digital payment membuat waktu bertransaksi menjadi jauh lebih singkat.					
Meningkatkan Pekerjaan						
3.	Pekerjaan sehari-hari terasa lebih terarah dengan adanya digital payment					
4.	Pengelolaan transaksi harian menjadi lebih mudah dan teratur berkat digital payment.					
Meningkatkan Produktivitas						
5.	Transaksi keuangan terasa lebih lancar dan efisien dengan menggunakan digital payment.					
6.	Berbagai kebutuhan transaksi dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan mudah melalui digital payment					
Meningkatkan Efektifitas Kerja						
7.	Pencatatan transaksi menjadi lebih rapi dan mudah dipantau dengan digital payment					
8.	Kuangan terasa lebih terkelola dengan baik berkat penggunaan digital payment.					
Mempermudah pekerjaan						
9.	Pekerjaan yang berkaitan dengan transaksi keuangan terasa lebih ringan dengan digital payment.					
10.	Digital payment memudahkan berbagai keperluan transaksi dalam aktivitas sehari-hari					

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Mudah Dipelajari.						
1.	Penggunaan digital payment mudah dipelajari meskipun baru pertama kali mencobanya.					
2.	Petunjuk penggunaan digital payment mudah diikuti tanpa perlu bantuan orang lain.					
Kemudahan sistem						
3.	Sistem digital payment membantu mempercepat proses transaksi sehari-hari.					
4.	Bertransaksi melalui digital payment terasa lebih praktis dibandingkan menggunakan uang tunai.					
Sistem jelas dan mudah dipahami						
5.	Tampilan dan fitur yang tersedia pada digital payment mudah dipahami dan dioperasikan.					
6.	Penggunaan digital payment berlangsung lancar tanpa banyak kendala.					
Fleksibilitas interaksi						
7.	Mobile banking dan QRIS memudahkan pemenuhan kebutuhan transaksi sehari-hari secara fleksibel.					
8.	Aplikasi digital payment mudah digunakan karena setiap menuanya tersusun dengan jelas dan rapi.					
Mudah terampil						
9.	Kemampuan menggunakan digital payment untuk kebutuhan sehari-hari dapat dikuasai dengan cepat.					
10.	Digital payment dapat diakses dan digunakan kapan saja selama jaringan internet tersedia.					

Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Jaminan keamanan						
1.	PIN dan password pada digital payment cukup kuat untuk melindungi akun dari ancaman kejahatan.					
2.	Bertransaksi menggunakan digital payment terasa aman dan nyaman.					
Kerahasiaan data						
3.	Data pribadi tetap terjaga kerahasiaannya saat menggunakan digital payment.					
4.	Informasi pribadi tidak akan disalahgunakan oleh penyedia layanan digital payment.					
Keandalan sistem						
5.	Layanan digital payment dapat diandalkan dalam mendukung kelancaran transaksi.					
6.	Penyedia layanan digital payment selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan penggunaannya.					

Minat Menggunakan *Digital Payment*

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Berniat Menggunakan.						
1.	Metode pembayaran digital menjadi pilihan dalam melakukan transaksi sehari-hari.					
2.	Kemudahan dan kepraktisan terasa nyata saat melakukan pembayaran secara digital.					
Niat Menggunakan di Masa Mendatang						
3.	Pembayaran secara digital akan menjadi metode yang terus dipilih di masa mendatang.					
4.	Metode pembayaran digital diharapkan semakin banyak dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari.					
Ketertarikan pada Objek Minat						
5.	Metode digital payment menarik untuk digunakan karena manfaatnya yang besar.					
6.	Bertransaksi secara digital terasa lebih mudah dan nyaman dalam kehidupan sehari-hari.					
Kesediaan untuk Terus Menggunakan						
7.	Metode digital payment selalu menjadi andalan dalam setiap kegiatan transaksi pembayaran.					
8.	Kehadiran metode pembayaran lain tidak mengurangi keinginan untuk tetap menggunakan metode digital payment.					

Lampiran 2 Tabulasi Data

No	K1	K2	K3	K4	K5	K6
1	7	2	2	1	2	2
2	1	2	2	1	1	1
3	4	2	2	5	5	1
4	2	1	2	4	6	1
5	1	2	2	1	2	1
6	2	2	2	1	5	2
7	2	2	2	1	2	1
8	2	2	2	9	3	1
9	1	1	2	1	1	2
10	2	2	2	1	1	1
11	9	2	2	2	3	2
12	2	2	2	4	4	1
13	2	2	2	1	2	2
14	8	2	1	1	2	1
15	1	2	2	1	1	2
16	1	2	2	1	3	1
17	2	2	2	1	1	2
18	8	2	2	1	1	1
19	10	2	1	1	1	1
20	2	1	3	5	3	1
21	8	2	2	1	1	2

22	11	2	2	1	1	1
23	8	2	1	1	1	1
24	10	1	1	1	1	2
25	3	2	2	1	2	1
26	8	2	2	1	2	2
27	4	2	2	3	3	1
28	1	2	2	1	1	2
29	8	1	1	1	1	2
30	9	1	2	1	1	1
31	2	2	2	1	2	1
32	6	1	1	1	1	2
33	8	2	2	5	2	1
34	2	2	1	1	1	1
35	6	2	1	1	1	2
36	1	1	2	1	2	1
37	3	3	3	4	3	2
38	11	2	1	1	2	2
39	8	1	2	1	2	2
40	15	2	6	5	2	1
41	2	2	2	1	1	1
42	7	2	2	1	1	1
43	15	1	2	1	4	1

44	1	1	2	2	6	1
45	15	1	1	1	1	1
46	7	2	2	4	6	2
47	15	1	2	1	1	2
48	2	2	1	1	1	2
49	1	2	2	5	2	1
50	2	2	2	4	2	2
51	2	2	2	7	5	2
52	2	2	1	1	1	1
53	9	2	1	1	1	1
54	2	2	2	14	3	2
55	15	2	6	6	2	1
56	2	1	1	1	1	1
57	5	2	3	17	2	2
58	15	1	1	1	1	1
59	11	2	2	1	2	2
60	5	1	2	5	6	2
61	15	2	6	2	5	1
62	2	1	1	7	4	1
63	2	2	3	4	6	1
64	1	2	1	1	1	2
65	3	2	1	1	2	1
66	2	1	2	7	2	2

67	15	2	1	1	2	2
68	14	2	1	1	2	1
69	7	1	2	7	2	1
70	7	2	2	1	2	1
71	1	2	1	1	1	2
72	1	2	1	1	1	2
73	3	2	2	1	1	1
74	1	2	1	1	1	1
75	1	2	1	18	2	1
76	10	2	2	1	2	1
77	15	2	1	1	1	1
78	8	2	1	1	1	2
79	10	2	1	1	1	1
80	11	2	1	1	2	1
81	1	2	2	1	1	1
82	2	2	2	1	1	1
83	9	2	2	1	2	1
84	6	2	2	1	1	1
85	2	2	2	6	4	1
86	15	2	1	1	1	1
87	1	1	6	4	6	1
88	15	2	1	1	1	1
89	1	2	1	1	2	2

90	11	2	2	19	1	1
91	8	1	4	3	6	1
92	1	2	2	1	1	1
93	2	1	4	5	6	1
94	12	1	4	3	3	1
95	2	2	2	4	2	2
96	2	1	2	4	6	1
97	4	2	2	1	1	2
98	15	2	3	5	4	2
99	1	2	2	4	4	1
100	2	2	2	2	3	2
101	8	2	1	1	2	2
102	1	2	2	1	1	1
103	4	2	1	1	1	1
104	10	2	1	1	1	1
105	2	1	4	4	6	1
106	15	2	1	1	1	1
107	15	1	2	1	1	1
108	15	2	2	7	2	1
109	1	2	2	1	1	1
110	15	2	1	1	1	1
111	15	1	2	3	6	1
112	8	2	1	1	1	1

113	15	2	2	16	1	1
114	15	2	1	1	1	2
115	2	2	2	4	3	2
116	13	1	1	1	2	2
117	1	2	1	1	2	2
118	15	2	2	7	5	1
119	15	1	2	1	1	2
120	15	2	2	1	1	2
121	2	2	1	1	1	2
122	10	2	2	7	1	1
123	3	1	4	3	6	1
124	11	2	2	7	1	1
125	1	2	1	1	4	1
126	2	2	2	1	1	1
127	2	2	2	1	1	1
128	1	2	2	1	1	2
129	15	2	1	1	1	2
130	8	1	2	1	1	1
131	8	2	7	8	6	1
132	2	2	3	6	1	1
133	6	2	1	1	2	2
134	1	2	2	1	3	2
135	15	1	2	1	1	1

136	13	2	1	1	2	1
137	10	2	2	1	1	2
138	15	1	7	2	6	2
139	2	2	2	3	3	1
140	7	1	5	13	1	1
141	15	2	5	4	3	1
142	6	2	2	12	2	1
143	2	2	2	1	3	1
144	2	1	2	7	6	2
145	11	1	2	5	5	1
146	2	1	5	3	6	1
147	13	2	1	1	1	2
148	10	1	2	7	1	1
149	6	1	2	1	3	1
150	15	1	2	1	1	2
151	2	2	2	7	4	1
152	8	1	2	1	2	2
153	2	1	2	11	5	1
154	1	1	4	1	2	2
155	10	2	1	1	3	2
156	4	2	1	1	1	1
157	8	2	1	15	4	1
158	5	2	1	1	2	2

159	1	1	7	8	5	1
160	7	2	2	1	2	1
161	15	2	2	4	2	1
162	15	2	1	1	1	1
163	8	2	4	6	1	2
164	2	2	1	1	1	1
165	9	1	2	2	3	2
166	4	2	2	1	2	1
167	1	1	2	7	1	1
168	4	1	1	7	2	2
169	5	2	2	1	6	1
170	12	1	2	1	1	2
171	5	1	3	5	3	1
172	15	2	2	1	1	1
173	1	2	2	1	1	2
174	2	1	1	1	2	1
175	2	1	2	1	2	2
176	15	1	1	1	2	1
177	15	2	2	4	3	2
178	5	1	2	4	4	1
179	15	1	2	3	2	2
180	2	2	1	1	1	1
181	15	2	2	4	2	1

182	2	1	2	1	6	2
183	6	1	3	5	6	1
184	15	2	3	6	6	1
185	14	1	2	1	1	2
186	4	2	2	1	1	1
187	9	2	2	7	1	1
188	8	1	2	1	6	2
189	2	2	2	3	1	1
190	2	2	2	4	2	1
191	15	2	2	6	1	2
192	10	1	2	1	3	2
193	4	1	2	4	3	1
194	2	2	2	7	1	2
195	5	1	2	1	2	2
196	8	1	2	1	1	1
197	4	1	2	2	6	2
198	8	2	2	1	3	1
199	6	2	5	2	4	1
200	13	1	5	2	3	2
201	15	1	3	1	3	2
202	7	2	1	1	1	2
203	3	1	2	4	6	1
204	2	2	1	1	1	1

205	1	2	2	1	1	1
206	7	2	2	4	4	1
207	8	2	2	4	2	1
208	15	2	1	1	1	2
209	4	2	2	5	6	1
210	2	1	2	1	3	1
211	7	2	2	1	1	1
212	6	2	4	4	1	2
213	8	2	2	1	1	1
214	1	1	3	7	3	2
215	7	1	2	5	4	2
216	8	1	3	5	6	1
217	12	2	2	6	1	1
218	2	2	3	4	4	1
219	8	2	1	1	1	2
220	2	1	2	3	6	1
221	8	1	3	7	2	2
222	4	2	2	1	1	1
223	9	2	2	1	1	1
224	5	2	2	1	2	2
225	15	1	2	1	4	1
226	6	1	2	1	1	2
227	4	2	2	4	5	2

228	6	2	1	1	1	1
229	2	2	2	1	1	1
230	10	2	1	1	2	1
231	1	2	2	7	2	1
232	12	2	2	1	1	1
233	4	2	2	1	1	1
234	1	2	2	1	1	1
235	2	2	2	1	3	1
236	2	2	2	1	1	2
237	15	2	5	5	6	2
238	2	1	3	1	1	1
239	13	2	3	5	3	2
240	14	2	1	1	2	1
241	3	2	5	2	5	1
242	8	1	2	2	4	2
243	1	2	2	1	3	1
244	9	1	2	1	1	1
245	8	1	5	5	6	2
246	15	1	1	1	1	2
247	3	1	7	3	6	2
248	8	1	2	1	1	1
249	7	1	1	4	3	2
250	1	1	1	7	6	1

251	15	1	7	2	6	2
252	5	1	6	5	6	2
253	15	1	2	10	1	1
254	15	1	2	1	3	2
255	15	1	2	1	1	2
256	2	1	2	1	1	2
257	3	1	2	1	1	2
258	15	1	2	1	1	1
259	15	2	1	1	1	1
260	4	2	2	4	2	1
261	10	2	6	4	5	1
262	2	2	1	1	1	1
263	4	1	6	4	4	1
264	9	2	6	5	5	2
265	15	1	7	5	6	2

Keterangan:

K1= Alamat

- a. Blok Sawah
- b. Blang Asan
- c. Benteng
- d. Gampong Asan
- e. Blok Bengkel
- f. Kramat Dalam
- g. Kramat Luar
- h. Kuala Pidie
- i. Lampoh Krueng
- j. Meunasah Peukan
- k. Pante Teungoh
- l. Pasi Peukan Baro

- m. Pasi Rawa
- n. Tanjung Krung
- o. Blang Paseh

K2= Jenis Kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

K3= Usia

- a. 17-21
- b. 22-26
- c. 27-31
- d. 32-36
- e. 37-41
- f. 42-46
- g. >47

K4= Status Pekerjaan

- a. Mahasiswa/Pelajar
- b. Pegawai Negeri Sipil/TNI/Polri
- c. Pegawai Tetap
- d. Pegawai Swasta
- e. Wiraswasta/Pengusaha
- f. Ibu Rumah Tangga
- g. Freelance
- h. Pensiunan
- i. Guru
- j. Pengangguran
- k. Advokat/Dosen
- l. Penjahit
- m. Buruh
- n. Tenaga Kontrak
- o. SPG
- p. Fresh Graduate
- q. Karyawan Kontrak
- r. Dimsum

K5= Penghasilan Perbulan

- a. Rp< 1.000.000
- b. Rp1.000.000-Rp2.000.000
- c. Rp2.000.000-Rp3.000.000
- d. Rp3.000.000-Rp4.000.000
- e. Rp4.000.000-Rp5.000.000
- f. Rp>5.000.000

K6= Aplikasi yang digunakan

a. Mobile Banking

b. QRIS

Persepsi Kegunaan (X1)										
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
6	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
7	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4
8	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	4	5	4	5	4	3	3	3
11	5	4	5	4	3	3	3	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
17	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4
18	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
24	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
25	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
32	3	4	4	3	2	3	4	2	2	4
33	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4
34	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
35	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	3	4	4	2	4	4	2	4	3	5
38	4	2	5	1	1	5	1	4	1	1
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	4	5	2	1	4	2	5	2	4
68	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	2	5	4	4	5	3	4	5	5
71	3	2	3	5	2	1	3	2	4	2
72	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
73	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
76	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
77	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
78	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
79	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4
80	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
81	3	3	2	2	1	3	2	1	3	3
82	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
85	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	1	1	1	3	3	1	2	2	3	3
93	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4
96	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

111	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4
114	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5
115	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
120	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
121	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
122	5	5	5	3	3	5	5	3	5	5
123	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
125	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
133	1	2	2	1	3	1	2	1	1	2

134	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
140	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
144	5	5	3	3	4	5	4	4	5	5
145	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
150	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
152	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	4	3	5	2	4	3	5	1	4	3
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4

157	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
158	3	2	2	5	5	1	4	4	4	5
159	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
160	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
161	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
162	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
165	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
167	4	4	5	5	4	2	5	3	4	5
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
171	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
172	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
175	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
179	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

180	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
181	5	5	5	5	5	3	4	2	4	4
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
184	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
185	1	1	2	1	1	1	2	3	1	2
186	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
191	1	2	3	2	3	4	2	4	1	4
192	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
193	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
194	5	4	2	3	3	3	5	1	3	2
195	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
196	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
198	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
202	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1

203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
204	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
205	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
208	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
209	4	4	2	2	4	2	4	2	4	2
210	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
211	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
213	5	3	4	3	4	4	4	5	5	3
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
215	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
217	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
218	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
219	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
221	1	1	1	4	2	3	5	1	3	1
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
223	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
224	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
225	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5

226	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
227	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5
228	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
229	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
230	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
231	5	5	3	5	2	5	4	3	5	5
232	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5
233	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
239	1	1	1	1	1	4	4	2	2	2
240	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
246	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
248	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

249	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
254	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
256	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
257	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
258	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
260	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
261	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
262	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
263	2	4	4	5	3	5	1	5	4	4
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
265	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)										
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4
6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	4	4	5	5	3	4	5	3
11	5	3	4	5	3	5	4	4	3	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
18	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
19	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
24	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
25	1	2	3	2	1	3	1	1	2	1
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
31	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
32	3	4	2	3	2	1	4	2	3	4
33	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
34	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
35	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	2	4	3	5	5	1	5
38	3	5	1	2	2	3	4	5	2	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
43	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5
48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
58	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
67	5	1	4	4	2	3	5	2	1	1
68	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
69	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5
70	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3
71	2	4	1	1	4	2	3	1	1	4

72	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
73	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5
74	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
77	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	3	3	2	4	3	4	5
80	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5
81	1	4	5	5	4	4	2	1	1	3
82	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
85	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
93	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
104	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
105	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
106	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
107	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
108	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	5	3	4	3	2	2	4	3	4	3
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	3	3	4	5	3	4	4	4	3	5
114	4	2	5	5	4	3	4	4	4	4
115	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4

118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5
120	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
121	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
122	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5
123	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
124	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4
130	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3
133	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2
134	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
136	2	3	4	3	3	3	3	3	3	5
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5

141	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
144	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5
145	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
150	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
152	4	4	5	4	5	4	2	4	5	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	4	3	1	3	2	5	4	5	4	3
155	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
156	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
157	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
158	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
159	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
160	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
161	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
162	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

164	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
165	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
167	4	4	4	4	4	1	5	4	4	5
168	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
171	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
172	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
175	4	3	5	5	4	3	5	5	4	5
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
184	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
185	1	2	1	2	1	1	2	2	3	1
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
189	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
191	3	1	2	3	4	3	4	1	2	2
192	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
194	4	5	3	4	3	1	4	3	3	5
195	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
196	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
198	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
202	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
204	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5
205	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
208	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
209	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2

210	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
211	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
213	3	4	5	5	3	2	4	4	4	5
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
215	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
217	3	4	5	4	3	3	5	4	3	4
218	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
219	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
221	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
223	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4
224	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
225	3	3	5	4	4	3	4	3	4	5
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
227	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
229	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
230	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
231	4	3	4	1	3	2	4	3	3	5
232	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

233	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
234	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
235	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
239	4	5	3	3	5	5	2	2	5	3
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
246	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
248	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
249	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
254	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

256	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
257	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4
258	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
259	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
260	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5
261	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
262	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
263	5	1	4	1	4	4	4	4	5	5
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
265	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Persepsi Kepercayaan (X3)						
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
1	4	4	4	5	5	5
2	4	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	3	4	4
6	4	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4
8	5	5	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	4	4	4

11	5	4	4	3	5	4
12	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4
16	3	4	4	4	3	3
17	4	3	4	4	4	4
18	4	5	5	4	5	4
19	5	5	5	4	4	5
20	4	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5
23	5	4	4	4	5	5
24	4	4	4	4	5	4
25	2	2	3	2	1	2
26	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4
31	5	4	5	5	5	5
32	2	3	2	4	4	4

33	4	4	4	5	5	4
34	4	5	4	4	4	5
35	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	2	5	4
38	1	2	3	4	5	5
39	4	4	4	4	4	4
40	3	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4
43	4	5	5	5	4	4
44	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5
47	4	5	4	4	5	4
48	5	5	4	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5
51	3	5	4	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5
53	5	4	5	5	4	4
54	4	5	4	4	5	4
55	4	4	4	4	4	3

56	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	5
58	5	5	5	5	5	5
59	3	3	3	2	3	3
60	3	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5
67	5	3	4	2	5	2
68	1	2	3	1	2	1
69	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5
71	3	3	4	2	5	2
72	4	4	4	4	5	5
73	5	4	4	4	5	5
74	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5
76	4	3	3	4	4	4
77	4	4	4	4	3	4
78	3	4	4	4	4	4

79	3	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4
81	1	3	3	2	1	2
82	4	4	4	4	3	4
83	5	5	5	5	5	5
84	5	4	5	4	5	5
85	4	4	3	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4
87	4	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	5	4
91	5	5	5	5	5	5
92	3	1	1	1	1	1
93	4	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4
96	4	3	3	2	3	3
97	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	5	4
101	5	4	5	5	4	5

102	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4
104	4	4	4	4	4	4
105	4	5	4	4	5	5
106	4	4	4	4	4	4
107	4	5	4	4	4	4
108	5	5	5	5	5	4
109	4	4	4	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4
111	2	3	3	4	5	4
112	5	5	5	5	5	5
113	4	5	4	3	4	4
114	3	4	4	3	4	4
115	2	4	2	2	3	4
116	4	5	5	5	5	5
117	4	4	4	4	4	4
118	5	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5
120	4	4	4	4	4	4
121	4	4	5	4	5	4
122	2	4	4	5	5	5
123	5	4	4	4	5	4
124	5	4	4	4	4	4

125	5	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4
129	4	4	3	2	3	5
130	3	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	5
132	4	4	4	4	4	4
133	5	4	4	4	3	5
134	4	4	4	4	4	4
135	5	5	5	5	5	5
136	3	3	4	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	5
139	4	4	5	4	4	4
140	5	5	3	5	5	5
141	4	4	4	4	5	4
142	4	4	4	4	4	4
143	4	5	5	5	5	5
144	3	4	4	3	5	4
145	4	4	4	4	4	4
146	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5

148	3	4	4	3	4	4
149	4	5	5	4	5	5
150	5	5	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5
152	3	3	3	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5
154	4	5	1	5	5	2
155	4	4	4	4	4	4
156	4	5	4	5	5	4
157	5	5	5	5	5	4
158	4	5	5	5	4	5
159	4	5	4	4	5	4
160	4	5	4	5	4	5
161	4	3	3	3	3	3
162	4	4	4	4	4	4
163	5	5	5	5	5	5
164	4	4	4	4	4	4
165	3	4	4	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4
167	4	4	4	4	4	5
168	3	4	4	4	4	4
169	5	5	5	5	5	5
170	5	5	5	5	5	5

171	5	5	4	5	5	5
172	4	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	4
174	4	5	5	5	5	5
175	4	4	5	5	4	5
176	4	5	5	5	5	5
177	4	4	4	4	4	4
178	4	4	4	4	4	4
179	4	5	5	4	5	5
180	4	4	4	4	4	4
181	5	4	4	4	4	4
182	5	5	5	5	5	5
183	3	3	3	3	4	4
184	4	4	4	4	4	4
185	1	2	1	2	3	2
186	3	3	4	4	4	4
187	4	4	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4	4
189	4	4	4	4	4	4
190	4	4	4	4	5	4
191	3	3	2	2	4	2
192	4	4	4	4	4	4
193	4	4	4	4	4	4

194	1	2	3	2	3	3
195	1	1	1	1	1	1
196	4	4	4	4	4	4
197	5	5	5	5	5	5
198	5	5	4	4	4	4
199	5	5	5	5	5	5
200	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	5	5	5
202	1	1	1	1	1	1
203	5	5	5	5	5	5
204	4	5	5	5	5	5
205	4	4	4	3	4	4
206	4	4	4	4	4	4
207	2	4	4	4	4	4
208	5	4	5	4	4	4
209	2	2	2	3	4	3
210	5	4	5	5	5	5
211	4	4	4	4	4	5
212	4	4	4	4	4	4
213	4	3	4	4	4	3
214	4	4	4	4	4	4
215	4	4	4	5	5	4
216	4	4	4	4	4	4

217	5	4	4	3	5	4
218	4	5	4	5	4	4
219	3	4	4	4	4	4
220	5	5	5	5	5	5
221	4	3	3	3	3	3
222	4	4	4	4	4	4
223	4	3	4	4	4	5
224	5	5	4	4	4	4
225	5	4	5	5	5	5
226	4	4	4	4	4	4
227	4	4	4	4	5	5
228	4	4	4	3	5	5
229	4	5	4	4	4	4
230	4	4	4	4	4	4
231	4	3	4	5	5	5
232	4	4	4	3	4	3
233	4	5	4	4	4	4
234	4	4	4	4	4	4
235	4	4	4	4	4	4
236	5	5	5	5	5	5
237	5	5	5	5	5	5
238	1	4	1	1	4	1
239	2	2	2	2	1	1

240	5	5	5	5	4	4
241	5	5	5	5	5	5
242	5	5	5	5	5	5
243	5	5	5	5	5	5
244	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5
246	5	5	5	5	5	5
247	5	5	5	5	5	5
248	4	4	4	5	5	5
249	4	4	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4	4
251	5	5	5	5	5	5
252	5	5	5	5	5	5
253	3	4	4	4	3	4
254	5	5	5	5	5	5
255	5	5	5	5	5	5
256	4	5	4	4	4	4
257	4	5	5	5	4	5
258	5	5	4	4	5	5
259	4	4	4	3	4	4
260	4	4	4	4	4	4
261	5	4	5	4	5	5
262	4	5	5	4	4	5

263	5	5	5	5	5	5
264	5	5	5	5	5	5
265	5	5	5	5	5	5

Minat Penggunaan (Y)								
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
1	3	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	5	4	3	5	5
6	4	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	3
8	4	5	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	3	3	3	3	3	3
11	5	4	5	5	4	5	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	3	4	4	3	3	4	3
17	4	4	5	4	4	4	4	5

18	4	5	5	5	4	5	4	5
19	4	5	5	5	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	3	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	4	4	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	4	5	5	4
25	1	1	1	1	2	2	1	1
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	4	4	4	5	5	5
31	5	4	5	4	5	5	5	4
32	4	3	4	4	5	4	2	2
33	5	4	5	5	5	5	4	5
34	4	4	3	4	4	4	4	5
35	4	4	5	5	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	3	3	4	4	4	4	4
38	4	3	4	4	3	3	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4

40	4	4	3	3	4	4	3	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	4	4	4	4	4
43	4	4	5	5	4	4	4	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5
47	4	4	5	5	5	5	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	4	4	4	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	4	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	4

63	4	4	4	5	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	4	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	5	4	5	2	5	1	5
68	1	1	1	1	2	2	1	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	5	5	5	3	5	5	5	5
71	4	2	2	1	2	3	3	3
72	5	5	4	5	5	5	4	4
73	4	5	4	4	5	5	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	3	5	5	4	4	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	5	4	3	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	5	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5
81	3	3	3	3	2	3	4	5
82	4	4	4	4	5	4	4	4
83	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	5	5	4	4	5
85	3	5	5	5	4	4	3	4

86	4	4	4	4	4	4	4	4
87	5	5	4	4	5	5	4	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	5	4	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	1	2	4	3	4	4	3	5
93	5	5	5	5	4	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	4	4	3	3	3	3
97	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4	4	4
101	5	5	4	4	5	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4
104	5	4	4	5	4	4	4	5
105	5	5	5	5	5	5	5	5
106	5	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	4	3	4	4	4	4

109	4	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4	4	4
111	3	4	4	2	3	5	5	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	5	5	5	4	4	3
114	4	5	5	4	4	5	4	4
115	5	4	5	4	4	4	3	3
116	5	5	5	5	5	5	5	5
117	4	4	3	4	4	4	4	4
118	5	5	5	5	5	5	5	5
119	3	5	4	4	5	4	3	5
120	2	4	4	4	4	4	2	4
121	5	4	4	4	5	4	5	5
122	5	5	5	5	5	5	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5
124	4	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	2	4
129	3	3	4	3	3	4	4	3
130	4	4	4	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	5	5	5

132	5	4	4	4	4	4	5	5
133	4	4	2	3	4	3	3	3
134	5	5	5	5	5	5	5	5
135	4	4	4	4	3	4	4	4
136	4	4	4	3	3	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	3	5	4	4	4	4	3	4
141	4	4	5	4	5	4	4	4
142	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	5	5	5	5	4	5
144	5	5	4	5	5	4	5	3
145	4	4	4	5	4	4	4	4
146	5	5	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5	5	5
148	4	4	4	4	4	4	4	3
149	5	5	5	5	5	5	5	5
150	4	4	4	4	4	4	4	4
151	5	5	5	5	5	5	5	5
152	5	4	4	4	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5
154	4	4	3	5	1	5	2	3

155	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	5	5	4	4	5	5	5
157	4	5	5	5	5	5	5	4
158	5	5	4	4	4	4	4	5
159	5	4	4	5	4	5	5	4
160	4	5	4	5	4	5	4	5
161	3	3	3	3	3	3	3	3
162	3	4	4	4	3	3	3	4
163	5	5	5	5	5	5	5	5
164	4	4	4	4	4	4	4	4
165	3	4	4	4	4	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4
167	4	4	4	4	4	4	4	4
168	4	4	4	4	4	4	4	3
169	5	5	5	5	5	5	5	5
170	5	5	5	5	5	5	5	5
171	5	5	5	4	5	5	4	5
172	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5	5	5
175	5	4	4	4	5	4	5	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5
177	4	4	4	4	4	4	4	4

178	4	4	4	4	4	4	4	4
179	4	5	4	5	4	4	5	5
180	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	4	4	3	4	4	3	3
182	5	5	5	5	5	5	5	5
183	4	4	4	4	4	4	4	3
184	4	4	4	4	4	5	4	5
185	3	1	2	1	2	2	1	2
186	4	4	4	4	4	4	4	4
187	4	4	4	4	4	4	4	4
188	3	4	4	4	4	4	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4
190	4	5	5	4	4	4	4	4
191	2	4	5	2	3	3	3	3
192	4	4	5	5	5	5	5	5
193	4	4	4	4	4	4	4	4
194	4	2	1	2	2	4	3	3
195	1	1	1	1	1	1	1	1
196	4	4	4	4	4	4	4	4
197	5	5	5	5	5	5	5	5
198	4	5	4	4	4	4	4	5
199	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	5	5	5	5	5	5

201	5	5	5	5	5	5	5	5
202	1	1	1	1	1	1	1	1
203	5	5	5	5	5	5	5	5
204	5	5	5	5	5	5	5	5
205	4	4	4	4	4	4	4	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4
207	4	4	4	5	5	5	4	5
208	4	5	5	4	4	4	5	4
209	2	1	2	4	3	3	2	2
210	4	4	4	4	4	4	4	4
211	5	5	4	4	4	4	4	4
212	4	4	4	4	4	4	4	4
213	4	4	5	5	4	3	3	3
214	4	4	4	4	4	4	4	4
215	4	4	5	5	5	5	5	5
216	4	4	4	4	4	4	4	4
217	5	4	4	4	4	5	4	5
218	5	4	4	4	4	5	5	5
219	3	4	4	4	4	4	4	4
220	5	5	5	5	5	5	5	5
221	3	3	4	3	1	1	1	2
222	4	4	4	3	4	3	4	4
223	4	4	5	4	4	5	4	4

224	5	5	5	4	4	4	4	5
225	4	4	4	4	5	4	4	4
226	3	4	4	4	4	4	4	4
227	4	3	4	5	5	4	4	5
228	4	4	4	5	5	5	5	5
229	4	4	4	4	4	5	5	5
230	4	4	4	4	4	4	4	4
231	3	3	5	3	3	4	3	3
232	3	4	4	4	4	4	4	4
233	4	4	4	4	4	4	4	4
234	5	4	5	4	4	4	4	4
235	4	4	4	4	4	4	4	4
236	5	5	5	5	5	5	5	5
237	5	5	5	5	5	5	5	5
238	4	4	4	4	4	4	4	4
239	1	1	1	1	1	2	2	2
240	5	5	4	4	4	4	4	4
241	5	5	5	5	5	5	5	5
242	5	5	5	5	5	5	5	5
243	5	5	5	5	5	5	5	5
244	5	5	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5	5	5
246	5	5	5	5	5	5	5	5

247	5	5	5	5	5	5	5	5
248	5	5	5	5	5	5	1	5
249	4	4	4	4	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4	4	4	4
251	5	5	5	5	5	5	5	5
252	5	5	5	5	5	5	5	5
253	4	4	4	4	4	4	4	4
254	5	5	5	5	5	5	5	5
255	5	5	5	5	5	5	5	5
256	4	4	4	4	4	4	4	4
257	4	4	4	5	4	5	5	5
258	4	4	5	5	5	5	5	4
259	4	4	4	4	4	4	4	4
260	4	4	4	4	4	5	4	4
261	4	5	5	5	3	4	4	4
262	3	4	5	5	5	3	1	2
263	5	5	5	5	5	5	5	5
264	5	5	5	5	5	5	5	5
265	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 3 Output SPSS

Frequecy Karakteristik Responden K1-K6

Alamat [K-1]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<i>Blok Sawah</i>	35	13,2	13,2	13,2
Blang Asan	57	21,5	21,5	34,7
Benteng	9	3,4	3,4	38,1
Gampong Asan	16	6,0	6,0	44,2
Blok Bengkel	9	3,4	3,4	47,5
Kramat Dalam	11	4,2	4,2	51,7
Kramat Luar	12	4,5	4,5	56,2
Kuala Pidie	28	10,6	10,6	66,8
Lampoh Krueng	9	3,4	3,4	70,2
Meunasah Peukan	12	4,5	4,5	74,7
Pante Teungoh	7	2,6	2,6	77,4
Pasi Peukan Baro	4	1,5	1,5	78,9
Pasi Rawa	5	1,9	1,9	80,8
Tanjung Krueng	3	1,1	1,1	81,9
Blang Paseh	48	18,1	18,1	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Jenis Kelamin [K-2]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	93	35,1	35,1	35,1
Perempuan	172	64,9	64,9	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Usia [K-3]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-21	68	25,7	25,7	25,7
22-26	151	57,0	57,0	82,6
27-31	16	6,0	6,0	88,7
32-36	8	3,0	3,0	91,7
37-41	8	3,0	3,0	94,7
42-46	8	3,0	3,0	97,7
>47	6	2,3	2,3	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Status Pekerjaan[K-4]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	154	58,1	58,1	58,1
	Pegawai Negeri Sipil/ TNI/ Polri	12	4,5	4,5	62,6
	Pegawai Tetap	11	4,2	4,2	66,8
	Pegawai Swasta	29	10,9	10,9	77,7
	Wiraswasta/ Pengusaha	20	7,5	7,5	85,3
	Ibu Rumah Tangga	7	2,6	2,6	87,9
	Freelance	19	7,2	7,2	95,1
	Pensiunan	2	,8	,8	95,8
	Advokat/dosen	1	,4	,4	96,2
	Penjahit	1	,4	,4	96,6
	Buruh	1	,4	,4	97,0
	Tenaga Kontrak	1	,4	,4	97,4
	Spg	1	,4	,4	97,7
	Fresh graduate	1	,4	,4	98,1
	Karyawan kontrak	1	,4	,4	98,5
	Dimsum	1	,4	,4	98,9
	Total	265	100,0	100,0	

Penghasilan Perbulan[K-5]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp <1.000.000	114	43,0	43,0	43,0
	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	58	21,9	21,9	64,9
	Rp.2.000.000 - Rp 3.000.000	31	11,7	11,7	76,6
	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	17	6,4	6,4	83,0
	Rp 4.000.000 - Rp5.000.000	12	4,5	4,5	87,5
	Rp >5.000.000	33	12,5	12,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Metode aplikasi yang digunakan[K-6]

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mobile Banking	163	61,5	61,5	61,5
	QRIS	102	38,5	38,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Frequecy Tanggapan Responden X1, X2, X3, Y [Persepsi Kegunaan X1]

Proses transaksi terasa lebih cepat dan mudah dengan menggunakan digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	4,2	4,2	4,2
	TS	2	,8	,8	4,9
	KS	6	2,3	2,3	7,2
	S	102	38,5	38,5	45,7
	SS	144	54,3	54,3	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Digital payment membuat waktu bertransaksi menjadi jauh lebih singkat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	7	2,6	2,6	5,7
	3	5	1,9	1,9	7,5
	4	104	39,2	39,2	46,8
	5	141	53,2	53,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Pekerjaan sehari-hari terasa lebih terarah dengan adanya digital payment

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	6	2,3	2,3	5,3
	3	13	4,9	4,9	10,2
	4	124	46,8	46,8	57,0
	5	114	43,0	43,0	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Pengelolaan transaksi harian menjadi lebih mudah dan teratur berkat digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	8	3,0	3,0	6,0
	3	15	5,7	5,7	11,7
	4	110	41,5	41,5	53,2
	5	124	46,8	46,8	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Transaksi keuangan terasa lebih lancar dan efisien dengan menggunakan digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	5	1,9	1,9	4,9
	3	18	6,8	6,8	11,7
	4	117	44,2	44,2	55,8
	5	117	44,2	44,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Berbagai kebutuhan transaksi dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan mudah melalui digital payment

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	3,8	3,8	3,8
	2	2	,8	,8	4,5
	3	13	4,9	4,9	9,4
	4	113	42,6	42,6	52,1
	5	127	47,9	47,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Pencatatan transaksi menjadi lebih rapi dan mudah dipantau dengan digital payment

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	9	3,4	3,4	5,7
	3	11	4,2	4,2	9,8
	4	118	44,5	44,5	54,3
	5	121	45,7	45,7	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Keuangan terasa lebih terkelola dengan baik berkat penggunaan digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	10	3,8	3,8	6,8
	3	22	8,3	8,3	15,1
	4	114	43,0	43,0	58,1
	5	111	41,9	41,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Pekerjaan yang berkaitan dengan transaksi keuangan terasa lebih ringan dengan digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	4	1,5	1,5	4,5
	3	9	3,4	3,4	7,9
	4	117	44,2	44,2	52,1
	5	127	47,9	47,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Digital payment memudahkan berbagai keperluan transaksi dalam aktivitas sehari-hari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	7	2,6	2,6	4,9
	3	11	4,2	4,2	9,1
	4	108	40,8	40,8	49,8
	5	133	50,2	50,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

[Persepsi Kemudahan Penggunaan X2]

Penggunaan digital payment mudah dipelajari meskipun baru pertama kali mencobanya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	5	1,9	1,9	4,2
	3	16	6,0	6,0	10,2
	4	135	50,9	50,9	61,1

	5	103	38,9	38,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Petunjuk penggunaan digital payment mudah diikuti tanpa perlu bantuan orang lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2,6	2,6	2,6
	2	6	2,3	2,3	4,9
	3	26	9,8	9,8	14,7
	4	127	47,9	47,9	62,6
	5	99	37,4	37,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Sistem digital payment membantu mempercepat proses transaksi sehari-hari.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2,6	2,6	2,6
	2	4	1,5	1,5	4,2
	3	10	3,8	3,8	7,9
	4	111	41,9	41,9	49,8
	5	133	50,2	50,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Bertransaksi melalui digital payment terasa lebih praktis dibandingkan menggunakan uang tunai.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	6	2,3	2,3	4,5
	3	26	9,8	9,8	14,3
	4	109	41,1	41,1	55,5
	5	118	44,5	44,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Tampilan dan fitur yang tersedia pada digital payment mudah dipahami dan dioperasikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2,6	2,6	2,6
	2	5	1,9	1,9	4,5
	3	19	7,2	7,2	11,7
	4	130	49,1	49,1	60,8
	5	104	39,2	39,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

A R - R A N I R Y

Penggunaan digital payment berlangsung lancar tanpa banyak kendala.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	3,4	3,4	3,4
	2	7	2,6	2,6	6,0
	3	37	14,0	14,0	20,0
	4	116	43,8	43,8	63,8
	5	96	36,2	36,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Mobile banking dan QRIS memudahkan pemenuhan kebutuhan transaksi sehari-hari secara fleksibel.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1,5	1,5	1,5
	2	6	2,3	2,3	3,8
	3	9	3,4	3,4	7,2

4	119	44,9	44,9	52,1
5	127	47,9	47,9	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Aplikasi digital payment mudah digunakan karena setiap menunya tersusun dengan jelas dan rapi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0	3,0
	2	6	2,3	2,3	5,3
	3	11	4,2	4,2	9,4
	4	123	46,4	46,4	55,8
	5	117	44,2	44,2	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Kemampuan menggunakan digital payment untuk kebutuhan sehari-hari dapat dikuasai dengan cepat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2,6	2,6	2,6
	2	6	2,3	2,3	4,9
	3	17	6,4	6,4	11,3
	4	117	44,2	44,2	55,5
	5	118	44,5	44,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Digital payment dapat diakses dan digunakan kapan saja selama jaringan internet tersedia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	4	1,5	1,5	3,8
	3	15	5,7	5,7	9,4
	4	109	41,1	41,1	50,6
	5	131	49,4	49,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

[Persepsi Kepercayaan X3]

PIN dan password pada digital payment cukup kuat untuk melindungi akun dari ancaman kejahatan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	3,0	3,0
	2	8	3,0	6,0
	3	22	8,3	14,3
	4	130	49,1	63,4
	5	97	36,6	100,0
	Total	265	100,0	100,0

Bertransaksi menggunakan digital payment terasa aman dan nyaman.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1,1	1,1
	2	7	2,6	3,8
	3	19	7,2	10,9
	4	127	47,9	58,9
	5	109	41,1	100,0
	Total	265	100,0	

Data pribadi tetap terjaga kerahasiaannya saat menggunakan digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	5	1,9	1,9	4,2
	3	17	6,4	6,4	10,6
	4	140	52,8	52,8	63,4
	5	97	36,6	36,6	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Informasi pribadi tidak akan disalahgunakan oleh penyedia layanan digital payment.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1,9	1,9	1,9
	2	13	4,9	4,9	6,8
	3	15	5,7	5,7	12,5
	4	132	49,8	49,8	62,3
	5	100	37,7	37,7	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Layanan digital payment dapat diandalkan dalam mendukung kelancaran transaksi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	1	,4	,4	2,6
	3	13	4,9	4,9	7,5
	4	124	46,8	46,8	54,3
	5	121	45,7	45,7	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Penyedia layanan digital payment selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan penggunanya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	7	2,6	2,6	4,9
	3	10	3,8	3,8	8,7
	4	129	48,7	48,7	57,4
	5	113	42,6	42,6	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

[Minat Penggunaan Y]

Metode pembayaran digital menjadi pilihan dalam melakukan transaksi sehari-hari.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	3	1,1	1,1	3,4
	3	19	7,2	7,2	10,6
	4	128	48,3	48,3	58,9
	5	109	41,1	41,1	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Kemudahan dan kepraktisan terasa nyata saat melakukan pembayaran secara digital.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2,6	2,6	2,6
	2	3	1,1	1,1	3,8
	3	11	4,2	4,2	7,9
	4	133	50,2	50,2	58,1
	5	111	41,9	41,9	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Pembayaran secara digital akan menjadi metode yang terus dipilih di masa mendatang.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	2,3	2,3	2,3
	2	4	1,5	1,5	3,8
	3	10	3,8	3,8	7,5
	4	130	49,1	49,1	56,6
	5	115	43,4	43,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Metode pembayaran digital diharapkan semakin banyak dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2,6	2,6	2,6
	2	3	1,1	1,1	3,8
	3	15	5,7	5,7	9,4
	4	122	46,0	46,0	55,5
	5	118	44,5	44,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Metode digital payment menarik untuk digunakan karena manfaatnya yang besar.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1,9	1,9	1,9
	2	7	2,6	2,6	4,5
	3	14	5,3	5,3	9,8
	4	127	47,9	47,9	57,7
	5	112	42,3	42,3	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Bertransaksi secara digital terasa lebih mudah dan nyaman dalam kehidupan sehari-hari.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1,1	1,1	1,1
	2	4	1,5	1,5	2,6
	3	15	5,7	5,7	8,3
	4	125	47,2	47,2	55,5
	5	118	44,5	44,5	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Metode digital payment selalu menjadi andalan dalam setiap kegiatan transaksi pembayaran.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	3,4	3,4	3,4
	2	6	2,3	2,3	5,7
	3	17	6,4	6,4	12,1
	4	126	47,5	47,5	59,6
	5	107	40,4	40,4	100,0
	Total	265	100,0	100,0	

Kehadiran metode pembayaran lain tidak mengurangi keinginan untuk tetap menggunakan metode digital payment.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1,1	1,1
	2	6	2,3	3,4
	3	21	7,9	11,3
	4	114	43,0	54,3
	5	121	45,7	100,0
Total	265	100,0	100,0	

Uji Validitas

[X1] Kegunaan

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	,848**	,734**	,666**	,672**	,724**	,724**	,632**	,784**	,695**	,867**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.2 Pearson Correlation	,848**	1	,753**	,720**	,732**	,753**	,718**	,683**	,790**	,774**	,900**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.3 Pearson Correlation	,734**	,753**	1	,686**	,680**	,734**	,621**	,731**	,694**	,730**	,854**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.4 Pearson Correlation	,666**	,720**	,686**	1	,730**	,625**	,718**	,659**	,788**	,737**	,850**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.5 Pearson Correlation	,672**	,732**	,680**	,730**	1	,665**	,737**	,670**	,786**	,723**	,857**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.6 Pearson Correlation	,724**	,753**	,734**	,625**	,665**	1	,663**	,716**	,718**	,728**	,849**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.7 Pearson Correlation	,724**	,718**	,621**	,718**	,737**	,663**	1	,583**	,790**	,675**	,836**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.8 Pearson Correlation	,632**	,683**	,731**	,659**	,670**	,716**	,583**	1	,688**	,751**	,827**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.9 Pearson Correlation	,784**	,790**	,694**	,788**	,786**	,718**	,790**	,688**	1	,801**	,907**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
X1.10 Pearson Correlation	,695**	,774**	,730**	,737**	,723**	,728**	,675**	,751**	,801**	1	,882**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
Total Pearson Correlation	,867**	,900**	,854**	,850**	,857**	,849**	,836**	,827**	,907**	,882**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265

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

Correlations

[X2] Kemudahan Pengguna

Correlations		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	Total
x2.1	Pearson Correlation	1	,688**	,525**	,756**	,635**	,633**	,539**	,685**	,645**	,625**	,796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.2	Pearson Correlation	,688**	1	,666**	,679**	,638**	,705**	,649**	,725**	,767**	,740**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.3	Pearson Correlation	,525**	,666**	1	,613**	,637**	,733**	,630**	,622**	,712**	,686**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.4	Pearson Correlation	,756**	,679**	,613**	1	,768**	,745**	,632**	,689**	,697**	,712**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.5	Pearson Correlation	,635**	,638**	,637**	,768**	1	,698**	,657**	,653**	,666**	,675**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.6	Pearson Correlation	,633**	,705**	,733**	,745**	,698**	1	,745**	,662**	,713**	,737**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.7	Pearson Correlation	,539**	,649**	,630**	,632**	,657**	,745**	1	,574**	,702**	,669**	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.8	Pearson Correlation	,685**	,725**	,622**	,689**	,653**	,662**	,574**	1	,750**	,635**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.9	Pearson Correlation	,645**	,767**	,712**	,697**	,666**	,713**	,702**	,750**	1	,781**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
x2.10	Pearson Correlation	,625**	,740**	,686**	,712**	,675**	,737**	,669**	,635**	,781**	1	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
Total	Pearson Correlation	,796**	,859**	,811**	,864**	,835**	,876**	,812**	,825**	,882**	,863**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265

**.

[Persepsi Kepercayaan X3]

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	Total
x3.1	Pearson Correlation	1	,557**	,691**	,679**	,668**	,686**	,824**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265
x3.2	Pearson Correlation	,557**	1	,720**	,737**	,673**	,623**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265
x3.3	Pearson Correlation	,691**	,720**	1	,762**	,764**	,704**	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265

x3.4	Pearson Correlation	,679**	,737**	,762**	1	,783**	,663**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265
x3.5	Pearson Correlation	,668**	,673**	,764**	,783**	1	,720**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265
x3.6	Pearson Correlation	,686**	,623**	,704**	,663**	,720**	1	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	265	265	265	265	265	265	265
Total	Pearson Correlation	,824**	,837**	,894**	,893**	,891**	,844**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	265	265	265	265	265	265	265

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

[Minat Penggunaan Y]

		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8	Total
y1.1	Pearson Correlation	1	,673**	,708**	,654**	,664**	,744**	,657**	,646**	,830**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.2	Pearson Correlation	,673**	1	,755**	,655**	,688**	,691**	,725**	,711**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.3	Pearson Correlation	,708**	,755**	1	,805**	,766**	,732**	,774**	,685**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.4	Pearson Correlation	,654**	,655**	,805**	1	,780**	,740**	,730**	,654**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.5	Pearson Correlation	,664**	,688**	,766**	,780**	1	,764**	,755**	,645**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.6	Pearson Correlation	,744**	,691**	,732**	,740**	,764**	1	,761**	,711**	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.7	Pearson Correlation	,657**	,725**	,774**	,730**	,755**	,761**	1	,741**	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
y1.8	Pearson Correlation	,646**	,711**	,685**	,654**	,645**	,711**	,741**	1	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265
Total	Pearson Correlation	,830**	,851**	,897**	,867**	,874**	,887**	,883**	,840**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	265	265	265	265	265	265	265	265	265

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

Uji Reliabilitas

[Persepsi Kegunaan X1]

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,938	,926	10

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	1,38	,487	265
x1.2	4,38	,910	265
x1.3	4,37	,891	265
x1.4	4,25	,886	265
x1.5	4,26	,923	265
x1.6	4,25	,894	265
x1.7	4,30	,900	265
x1.8	4,28	,873	265
x1.9	4,17	,948	265
x1.10	4,32	,862	265

[Persepsi Kemudahan Penggunaan X2]

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,954	,955	10

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	4,34	,860	265
x2.2	4,22	,825	265
x2.3	4,15	,883	265
x2.4	4,35	,845	265
x2.5	4,23	,887	265
x2.6	4,20	,859	265
x2.7	4,07	,955	265
x2.8	4,35	,785	265
x2.9	4,26	,882	265
x2.10	4,26	,880	265

Persepsi Kepercayaan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,931	,932	6

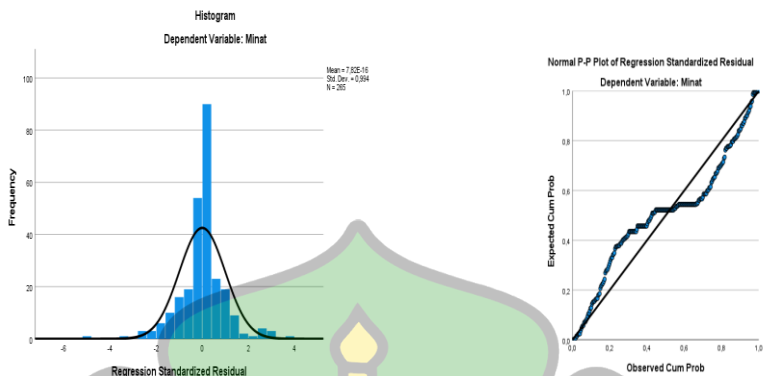
Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
x3.1	4,34	,838	265
x3.2	4,13	,909	265
x3.3	4,25	,793	265
x3.4	4,20	,821	265
x3.5	4,17	,881	265
x3.6	4,33	,785	265

[Minat Penggunaan Y]

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,952	,953	8

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
y1.1	4,27	,839	265
y1.2	4,25	,820	265
y1.3	4,28	,819	265
y1.4	4,30	,806	265
y1.5	4,29	,840	265
y1.6	4,26	,828	265
y1.7	4,32	,749	265
y1.8	4,19	,911	265

Uji Normalitas



Uji Normalitas Histogram

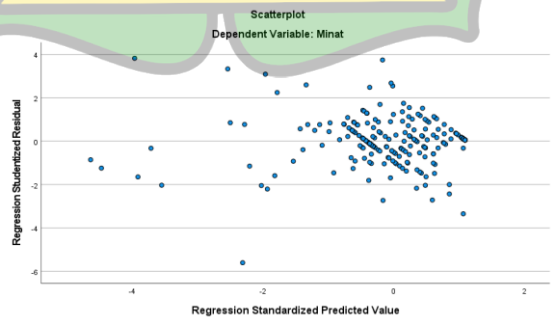
Uji Normalitas *Probability* Plot

Uji Multikolinaritas

Model		Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	2,146	,888			2,415	,016		
	Kegunaan	,131	,044	,159		3,001	,003	,222	4,498
	Kemudahan Penggunaan	,301	,048	,383		6,215	,000	,164	6,100
	Kepercayaan	,551	,067	,418		8,282	,000	,245	4,089

a. Dependent Variable: Minat

Uji Heteroskedastisitas



Uji t

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,146	,888		2,415	,016		
	Kegunaan	,131	,044	,159	3,001	,003	,222	4,498
	Kemudahan Penggunaan	,301	,048	,383	6,215	,000	,164	6,100
	Kepercayaan	,551	,067	,418	8,282	,000	,245	4,089

a. Dependent Variable: Minat

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7241,382	3	2413,794	447,674	,000 ^b
	Residual	1407,275	261	5,392		
	Total	8648,657	264			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan

R Square

Model	Model Summary ^b				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,915 ^a	,837	,835	2,32204	1,865

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat

Lampiran 4 R Tabel

Tabel R Untuk 1-500					
By @SUJI DATA					
260	0.1018	0.1212	0.1437	0.1589	0.2022
261	0.1016	0.1210	0.1434	0.1586	0.2018
262	0.1015	0.1208	0.1431	0.1583	0.2014
263	0.1013	0.1205	0.1428	0.1580	0.2010
264	0.1011	0.1203	0.1426	0.1577	0.2006
265	0.1009	0.1201	0.1423	0.1574	0.2003
266	0.1007	0.1199	0.1420	0.1571	0.1999
267	0.1005	0.1196	0.1418	0.1568	0.1995
268	0.1003	0.1194	0.1415	0.1565	0.1992
269	0.1001	0.1192	0.1413	0.1562	0.1988
270	0.0999	0.1190	0.1410	0.1559	0.1984
271	0.0998	0.1187	0.1407	0.1557	0.1981
272	0.0996	0.1185	0.1405	0.1554	0.1977
273	0.0994	0.1183	0.1402	0.1551	0.1974
274	0.0992	0.1181	0.1400	0.1548	0.1970
275	0.0990	0.1179	0.1397	0.1545	0.1967
276	0.0989	0.1177	0.1395	0.1543	0.1963
277	0.0987	0.1175	0.1392	0.1540	0.1960
278	0.0985	0.1173	0.1390	0.1537	0.1956
279	0.0983	0.1170	0.1387	0.1534	0.1953
280	0.0981	0.1168	0.1385	0.1532	0.1949
281	0.0980	0.1166	0.1382	0.1529	0.1946
282	0.0978	0.1164	0.1380	0.1526	0.1943
283	0.0976	0.1162	0.1377	0.1524	0.1939
284	0.0975	0.1160	0.1375	0.1521	0.1936
285	0.0973	0.1158	0.1373	0.1518	0.1932
286	0.0971	0.1156	0.1370	0.1516	0.1929
287	0.0969	0.1154	0.1368	0.1513	0.1926
288	0.0968	0.1152	0.1366	0.1510	0.1923
289	0.0966	0.1150	0.1363	0.1508	0.1919
290	0.0964	0.1148	0.1361	0.1505	0.1916
291	0.0963	0.1146	0.1359	0.1503	0.1913
292	0.0961	0.1144	0.1356	0.1500	0.1910
293	0.0960	0.1142	0.1354	0.1498	0.1906
294	0.0958	0.1140	0.1352	0.1495	0.1903
295	0.0956	0.1138	0.1349	0.1493	0.1900
296	0.0955	0.1136	0.1347	0.1490	0.1897
297	0.0953	0.1135	0.1345	0.1488	0.1894
298	0.0951	0.1133	0.1343	0.1485	0.1891
299	0.0950	0.1131	0.1340	0.1483	0.1887
300	0.0948	0.1129	0.1338	0.1480	0.1884
301	0.0947	0.1127	0.1336	0.1478	0.1881
302	0.0945	0.1125	0.1334	0.1475	0.1878
303	0.0944	0.1123	0.1332	0.1473	0.1875

Lampiran 5 T Tabel

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
260	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,102	0,121	0,144	0,159
261	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,102	0,121	0,143	0,159
262	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,101	0,121	0,143	0,159
263	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,101	0,121	0,143	0,159
264	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,101	0,120	0,143	0,159
265	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,041	0,079	0,101	0,120	0,142	0,159
266	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,079	0,101	0,120	0,142	0,159
267	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,101	0,120	0,142	0,159
268	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,142	0,159
269	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,141	0,159
270	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,141	0,159
271	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,141	0,159
272	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,140	0,159
273	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,099	0,118	0,140	0,159
274	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,118	0,140	0,159
275	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,118	0,140	0,159
276	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,118	0,139	0,159
277	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,117	0,139	0,159
278	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,040	0,077	0,099	0,117	0,139	0,159
279	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,040	0,077	0,098	0,117	0,139	0,159
280	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,594	0,040	0,077	0,098	0,117	0,138	0,159
281	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,098	0,117	0,138	0,159
282	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,098	0,116	0,138	0,159
283	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,098	0,116	0,138	0,159
284	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,097	0,116	0,138	0,159
285	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,097	0,116	0,137	0,159
286	0,675	1,285	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,076	0,097	0,116	0,137	0,159
287	0,675	1,285	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,076	0,097	0,115	0,137	0,159
288	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,097	0,115	0,137	0,159
289	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,097	0,115	0,136	0,159
290	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,096	0,115	0,136	0,159
291	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,096	0,115	0,136	0,159
292	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,136	0,159
293	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,135	0,159
294	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,135	0,159
295	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,135	0,149
296	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,074	0,095	0,114	0,135	0,149
297	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
298	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
299	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
300	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
301	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
302	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,133	0,149
303	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,094	0,112	0,133	0,149
304	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,133	0,149
305	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,133	0,149
306	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,133	0,149
307	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,132	0,149
308	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,038	0,073	0,094	0,111	0,132	0,149
309	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,132	0,149
310	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,132	0,149
311	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,131	0,149

Lampiran 6 F Tabel

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05					
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
228	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
229	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
230	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
231	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
232	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
233	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
234	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
235	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
236	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
237	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
238	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
239	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
240	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
241	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
242	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
243	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
244	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
245	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
246	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
247	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
248	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
249	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
250	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
251	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
252	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
253	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
254	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
255	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
256	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
257	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
258	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
259	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
260	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
261	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
262	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
263	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
264	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
265	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25