

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN BYOND BY BSI SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL (Studi Pada Masyarakat Bireun)



Disusun Oleh:

**Lidia Aldira
NIM. 200603106**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
TAHUN 2025 M/ 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lidia Aldira
NIM : 20603106
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 23 Januari 2026
Yang Menyatakan


(Materai 10,000)
(Lidia Aldira)

080DFAOX004344367

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN FITUR
LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN BYOND
BY BSI SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL
(Studi Pada Masyarakat Bireun)**

Disusun Oleh:

Lidia Aldira
NIM: 20603106

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah

memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Muhammad Arifin, Ph.D.
NIP. 1974101520006041002

Pembimbing II



Rika Mulia, M.B.A.
NIP. 198906032020122013

Mengetahui,
Ketua Prodi,



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

ii

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN BYOND BY BSI SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL

(Studi Pada Masyarakat Bireun)

Lidia Aldira

NIM: 200603106

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

Pada Hari/Tanggal : Senin, 28 Juli 2025 M
29 Muharram 1448 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Muhammad Arifin, Ph.D

NIP. 1974101520006041002

Sekretaris,

Rika Mulia, M.B.A

NIP. 198906032020122013

Penguji I,

Dr. Ayumiati, S.E., M.Si., CTT.

NIP. 197806152009122002

Penguji II,

Dr. Isnaliaha, S.H., M.A.

NIP. 199009292025212004

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 19800625200901



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 : Lidia Aldira
NIM : 200603106
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah E-mail:
200603106@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 ☐ KKU ☒ Skripsi

Yang berjudul: Pengaruh Faktor Sosial Budaya, Gaya Hidup Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya. Dibuat di Banda Aceh

Pada tanggal : 26 Agustus 2026

Mengetahui,

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Penulis



Lidia Aldira
200603106

Pembimbing I



Muhammad Arifin, Ph.D.
NIP. 1974101520006041002

Pembimbing II



Rika Mulia, M.B.A.
NIP. 198906032020122013



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	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, transliterasi nya gabungan huruf, yaitu:

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

Contoh:

kaifa : كيف
haula : هول

3. **Maddah**

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasi nya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

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:

<i>raudah al-atfāl/ raudatul atfāl :</i>	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
<i>al-Madīnah al-Munawwarah/ :</i>	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
<i>al-Madīnatul Munawwarah</i>	
<i>Ṭalhah :</i>	طَلْحَة

**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 ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Lidia Aldira
Nim : 200603106
Fakultas/ Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Byond By Bsi Sebagai Alat Pembayaran Digital (Studi Pada Masyarakat Bireun)
Pembimbing 1 : Muhammad Arifin, Ph.D
Pembimbing 2 : Rika Mulia, M.B.A

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, gaya hidup, dan fitur layanan terhadap minat masyarakat Bireun dalam menggunakan BYOND sebagai metode pembayaran digital. Data dalam penelitian ini didapat dari data primer yang didapat dari tanggapan 100 responden di mana jumlah tersebut didapatkan dengan menggunakan rumus slovin pada jumlah populasi masyarakat Bireun yang tersebar lebih dari 10 Kecamatan di dalamnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, gaya hidup dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BYOND. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek manfaat dan gaya hidup modern menjadi pendorong utama dalam adopsi teknologi pembayaran digital di Bireun. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penyedia jasa keuangan, pemerintah, dan peneliti selanjutnya dalam mendorong peningkatan penggunaan BYOND secara lebih luas.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, Fitur Layanan, Minat, Pembayaran Digital dan Mobile Banking

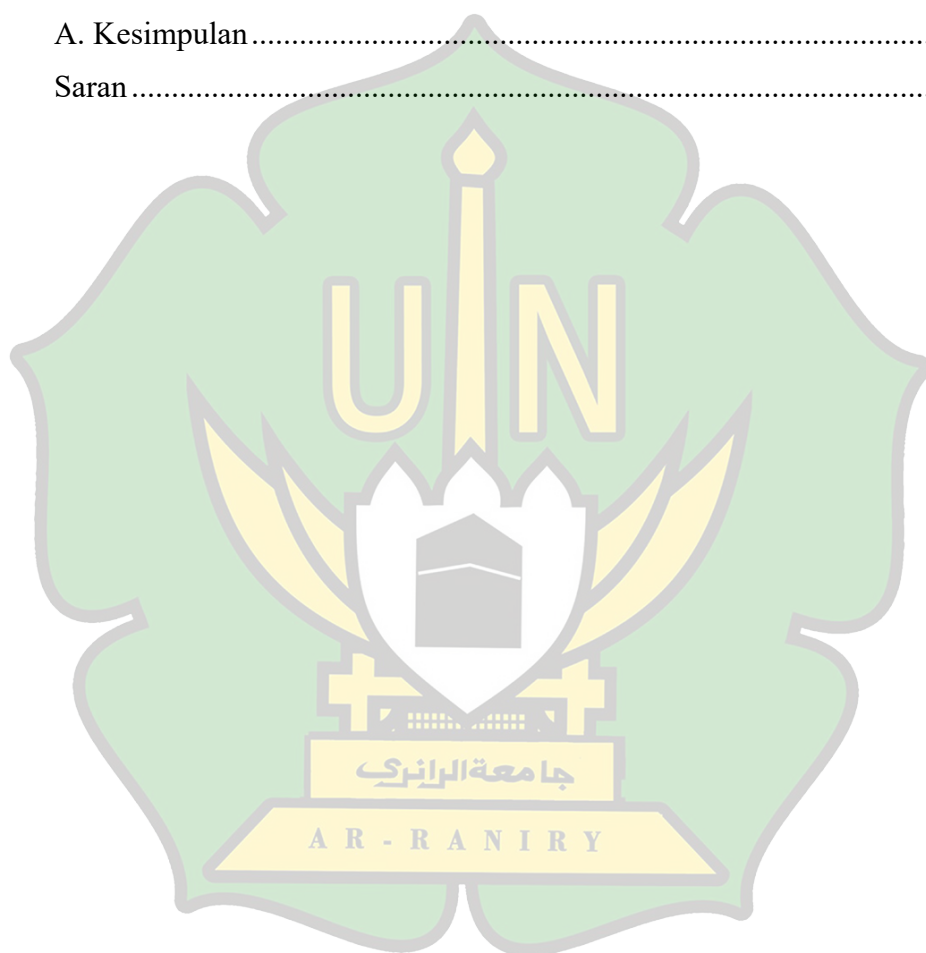
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	ii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah	7
Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	11
2.1.1 Definisi Technology Acceptance Model (TAM)	11
2.1.2 Keunggulan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	12
2.2 Mobile Banking	13
2.2.1 Definisi Mobile Banking	13
2.2.2 Manfaat Mobile Banking	14
2.3 Minat.....	14
2.3.1 Definisi Minat.....	14
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	16
2.3.3 Indikator Minat	16
2.4 Persepsi Manfaat	18
2.4.1 Definisi Persepsi Manfaat.....	18
2.4.2 Indikator Persepsi Manfaat.....	19
2.5 Gaya Hidup.....	20

2.5.1	Definisi Gaya Hidup	21
2.5.2	Karakteristik Gaya Hidup	22
2.5.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	23
2.5.4	Indikator Gaya Hidup	25
2.6	Fitur Layanan	27
2.6.1	Definisi Fitur Layanan	27
2.6.2	Indikator Fitur Layanan	28
2.7	Penelitian Terdahulu	29
2.8	Kerangka Berpikir	34
2.9	Pengembangan Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Desain Penelitian	38
3.1.1	Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	38
3.1.2	Sumber Data Penelitian	39
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4	Skala Pengukuran	44
3.5 Variabel Penelitian		45
3.6	Operasional Variabel	46
3.7	Uji Instrumen Penelitian	48
3.7.1	Uji Validitas	48
3.7.2	Uji Reliabilitas	49
3.8 Uji Asumsi Klasik		49
3.8.1	Uji Normalitas	49
3.8.2	Uji Multikolinearitas	50
3.8.3	Uji Heteroskedasitas	51

3.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	51
3.10 Uji Hipotesis	52
3.10.1 Uji Parsial (Uji T).....	52
3.10.2 Uji Simultan.....	53
3.11 Koefisien Determinasi (R ²).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)	56
4.1.2 Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia.....	56
4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	57
4.1.4 BYOND by BSI.....	57
4.2 Hasil Uji Kelayakan Kuesioner Penelitian	58
4.2.1 Hasil Uji Validitas	61
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	63
Hasil Uji Normalitas	63
4.2.5 Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.2.6 Hasil Uji Heteroskedestisitas.....	65
4.2.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
a. Hasil Uji Hipotesis	67
i. Hasil Uji Parsial (Uji t)	67
4.2.9 Hasil Uji <i>Simultan</i> (Uji f)	69
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda	69
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Masyarakat Bireun Menggunakan BYOND	70

4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Masyarakat Bireun Menggunakan BYOND	71
4.3.3 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Masyarakat Bireun Menggunakan BYOND	71
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
Saran	73



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi serta komunikasi tumbuh dengan pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia tak terkecuali pada bidang ekonomi. Perubahan dalam bidang ekonomi dapat dirasakan dalam kegiatan finansial yang dilakukan akan menjadi lebih mudah serta instan sehingga menghemat waktu dan tenaga. Perkembangan teknologi informasi selalu menciptakan inovasi baru, salah satunya dalam hal financial technology (fintech) yang bertujuan untuk melengkapi kebutuhan publik, salah satunya pada jasa sistem pembayaran (Wardani & Masdiantini, 2022).

Di era digital ini, beberapa sektor di masyarakat khususnya pada generasi Z mulai beralih pada penggunaan teknologi tanpa bisa terlepas. Salah satunya sektor keuangan yang menghadirkan inovasi baru dalam melakukan transaksi untuk masyarakat dengan menciptakan suatu metode pembayaran baru. (Marbun, Nasution, & Harahap, 2023).

Kemajuan teknologi telah melahirkan inovasi baru dengan mengalihkan peran uang tunai yang lebih cepat, tepat, aman, dan sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Di Indonesia, saat ini semakin banyak bisnis atau tempat-tempat belanja yang mulai melakukan transaksi pembayaran non tunai. Sejak tahun 2020-2021 terjadinya pandemi Covid-19 sehingga pemerintah mengeluarkan peraturan untuk membatasi kegiatan sosial yang beberapa di antaranya berdampak pada perekonomian, termasuk kegiatan transaksi. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia meliputi volume transaksi kartu kredit, debit/ATM, e-Money, RTGS serta SKNBI mengalami peningkatan, menunjukkan bahwa masyarakat semakin tertarik

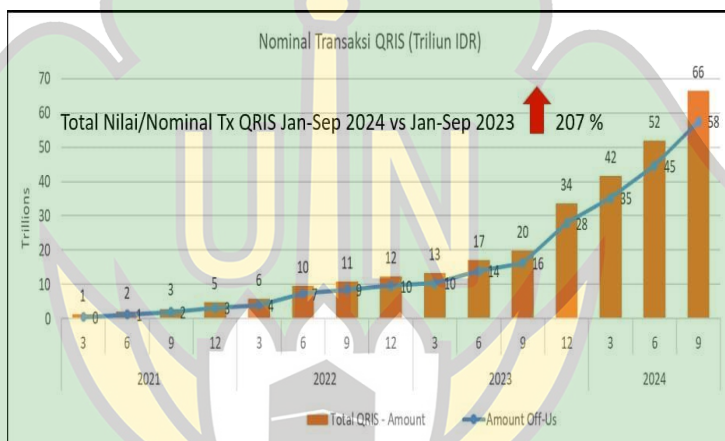
dengan transaksi non tunai pada tahun 2020-2021. Penggunaan metode pembayaran non tunai dinilai sebagai langkah memutus rantai penyebaran Covid-19 melalui pemanfaatan teknologi, karena memberikan kemudahan, keamanan dan kelancaran saat melakukan transaksi. Transaksi yang lebih lancar tentu akan mempercepat kegiatan ekonomi. Transaksi nontunai dapat meningkatkan efisiensi dengan menurunkan biaya transaksi. Hal ini akan mempercepat akumulasi modal dan mendukung pertumbuhan ekonomi (Cahyani & Khoirudin, 2023).

Menurut Bank Indonesia, seiring dengan kemajuan teknologi perubahan gaya hidup masyarakat dan munculnya jenis-jenis transaksi nontunai menyebabkan pertumbuhan transaksi nontunai semakin pesat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data pertumbuhan ekonomi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistika (BPS) pertumbuhan ekonomi pada 34 provinsi di Indonesia dari tahun 2020-2021 selalu meningkat. Peningkatan pembayaran non-tunai menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang besar. Hal ini sesuai dengan data penggunaan transaksi non tunai yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Berarti hal tersebut disebabkan oleh pertumbuhan sistem pembayaran non tunai yang berdampingan bersama peningkatan pertumbuhan ekonomi (Cahyani & Khoirudin, 2023).

Perkembangan teknologi informasi di dunia perbankan juga berlomba-lomba untuk memberikan berbagai macam layanan, yang muncul karena kesadaran pihak perbankan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sudah sangat pesat (Amanda et. al., 2024). PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi meluncurkan BYOND by BSI pada 9 November 2024 sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat akan layanan jasa perbankan dan keuangan yang semakin kompleks di era digital. BYOND by

BSI merupakan Super App layanan finansial, sosial, dan spiritual komprehensif yang lebih mudah dan nyaman diakses. Layanan-layanan ini dapat diakses melalui smartphone dan memberikan kemudahan bagi penggunaanya sehingga dapat diakses kapan saja oleh masyarakat (BSI. 2025).

Gambar 1.1
Data Pertumbuhan Nominal Nilai Transaksi Digital/Non Tunai.



Sumber: (Bank Indonesia, 2024)

Dalam empat tahun terakhir pertumbuhan nilai transaksi pembayaran digital/non tunai di Indonesia yang dirilis goodstats statistik 2024, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami lonjakan signifikan seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi digital oleh masyarakat. Hal ini pun mendorong tren pertumbuhan transaksi digital di Indonesia yang luar biasa. Data Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Bank Indonesia (BI) per Agustus 2024 menunjukkan adanya lonjakan nilai transaksi transfer antar uang elektronik yang signifikan dari 2019 hingga 2024 sekarang (Irhamni, 2024).

Ditengah pertumbuhan peningkatan transaksi non tunai, tentu ditemukan masyarakat yang mengalami kendala atau hambatan dalam

menggunakan transaksi digital. Beberapa kendala masyarakat dalam menggunakan transaksi digital seperti minimnya pengetahuan masyarakat dalam mengoperasikan aplikasi pembayaran digital; kebutuhan transaksi dipedesaan dan daerah yang jauh dari perkotaan; lingkungan dan fasilitas pendukung transaksi digital; dan risiko kejahatan siber serta kasus penipuan. Program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia sejak tahun 2014 akan mengalami hambatan apabila masih ditemukan masyarakat yang mengalami hambatan dalam melakukan transaksi non tunai. Kunci dari transaksi non tunai ialah kemudahan dan manfaat langsung yang dirasakan oleh masyarakat (Cahyani & Khoirudin, 2023).

Produk BYOND by BSI adalah layanan tambahan yang diberikan kepada nasabah yang telah memiliki rekening di bank. Layanan BYOND by BSI bank syariah merupakan hasil pengembangan dari dua inovasi sebelumnya, yaitu *SMS banking* dan *internet banking*. Layanan BYOND by BSI ini digunakan melalui perangkat *smartphone*, seperti HP dengan sistem operasi berbasis Android dan Windows (Yusmad, 2018).

Dalam industri perbankan, khususnya layanan BYOND by BSI, elemen kunci dari Kepuasan pelanggan adalah kualitas hubungan antara pelanggan dengan penyedia produk dan jasa, yaitu bank. Produk dan kualitas layanan BYOND by BSI umumnya dianggap sebagai prasyarat penting untuk memuaskan pelanggan dan mempertahankan nilai pelanggan. Dalam industri perbankan, pelanggan telah menetapkan kriteria Kepuasan terhadap kualitas layanan BYOND by BSI yang disediakan oleh bank. Contohnya: kecepatan dan efisiensi, kerahasiaan bank, kecepatan transaksi, akurasi tagihan, ketepatan waktu penagihan, kejelasan tagihan, biaya akses yang kompetitif,

dan kualitas layanan merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi Kepuasan pelanggan. Seperti bank lainnya, BSI juga memiliki layanan BYOND by BSI yang disebut BYOND by BSI (Amanda et. al., 2024).

Menurut Hansen et al. (2018) Model Penerimaan Teknologi memiliki tiga prinsip inti yang penting salah satunya *perceived usefulness*, peningkatan persepsi manfaat harus dikaitkan dengan peningkatan niat perilaku. Persepsi manfaat yang dirasakan adalah indikasi dari harapan subjektif bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan (Ramkumar et al., 2019).

Gaya hidup merupakan suatu sudut pandang pemasaran, mengakui bahwa setiap apa yang seseorang lakukan atau kelompok lakukan atas sebuah dasar yang ingin mereka tersebut lakukan, bagaimana dengan waktu luang mereka dihabiskan, dan bagaimana mereka membelanjakan setiap pendapatan lebih mereka (Anisa & Widjatkiko, 2020).

Fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2018). Menurut Kotler dan Amstrong (2018) fitur adalah sesuatu yang ada didalam suatu produk merupakan fungsi dasar atas kemampuan khusus yang ada pada suatu produk dan merupakan fasilitas tambahan yang disertakan dalam sebuah produk. Menurut Dewi dan Jatra (2017) Fitur merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau menyempurnakan fungsi produk.

Ramadhani (2025) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing dari ketiga variabel yaitu variabel manfaat, keamanan, dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi BYOND by BSI sebagai media pembayaran UKT. Secara simultan variabel manfaat, keamanan dan kemudahan berpengaruh

positif terhadap keputusan penggunaan aplikasi BYOND by BSI sebagai media pembayaran UKT Nilai adjusted R square sebesar 65,4%

Dan penelitian Ghofur & Sofiah (2025) yang berjudul “Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BSI KCP GKB Gresik” Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa minat nasabah pada penggunaan aplikasi Byond masih tergolong rendah sehingga masih banyak nasabah yang belum menggunakan layanan Byond. Disamping itu, BSI Mobile dapat meningkatkan loyalitas nasabah dengan kemudahan-kemudahan transaksi yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Nasabah yang tidak menggunakan layanan Byond juga tetap menjadi nasabah yang loyal pada Bank BSI KCP GKB Gresik karena respon baik dan aktif dari pihak bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Faktor yang mempengaruhi minat Masyarakat dalam menggunakan Byond by BSI yaitu Risiko. Dan permasalahan yang terakhir pula pada risiko yaitu kurangnya sosialisasi pada masyarakat sehingga Masyarakat takut untuk mencoba bertransaksi menggunakan sistem atau layanan QRIS tersebut. Selain itu, risiko juga timbul jika Masyarakat merasa takut akan kebocoran informasi data pengguna dan gagalnya transaksi Masyarakat yang diperlukan sangat cepat (BSI, 2024).

Fenomena tersebut juga terlihat pada Masyarakat Kabupaten Bireun, yang menjadi lokasi penelitian ini. Bireun merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Aceh dengan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang terus bertambah, namun tingkat penggunaan aplikasi Byond by BSI di kalangan masyarakatnya masih belum merata. Sebagian masyarakat Bireun, khususnya yang berdomisili di wilayah kecamatan yang jauh dari pusat kota, masih mengandalkan layanan perbankan konvensional seperti transaksi di

kantor cabang atau melalui ATM, dan belum sepenuhnya beralih menggunakan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital.

Didasari dari uraian permasalahan atau isu isu perkembangan Byond by BSI di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang dituangkan peneliti dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Byond By Bsi Sebagai Alat Pembayaran Digital (Studi Pada Masyarakat Bireun)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun?
3. Apakah Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, dan Fitur Layanan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun!
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun!
3. Untuk mengetahui pengaruh Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun!
4. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, dan Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI Sebagai Alat Pembayaran Digital pada Masyarakat Bireun!

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini akan memberikan kontribusi pengetahuan baru dalam bidang Byond by BSI dan minat penggunaan terhadap masyarakat Bireun. Dengan mengkaji pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Fitur Produk terhadap minat menggunakan Byond by BSI. Penelitian ini akan memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Byond by BSI dalam konteks masyarakat Bireun.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai Byond by BSI serta pengaruh dari persepsi manfaat, gaya

hidup dan fitur layanan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Mobile Banking

b. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini akan memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya masyarakat Bireun terhadap minat menggunakan Byond by BSI untuk meningkatkan pengalaman-pengalaman masyarakat Bireun. Dengan memahami minat menggunakan Mobile Banking, Gaya Hidup dapat memberikan sikap, perilaku dan nilai-nilai dalam masyarakat Bireun.

c. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar dapat menambah wawasan, literatur dan referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti hal yang serupa.

3. Manfaat Kebijakan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan dan masukan untuk perkembangan keuangan dan perbankan syariah. Dan dapat menjadi pendorong dalam kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah, serta diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam mengatasi dan meminimalisir masalah Byond *Mobile Banking*.

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian membutuhkan sistematika dalam penulisan agar permasalahan tersusun dengan sistematis dan dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penulisan, adapun penulis menguraikannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan peneliti menjelaskan latar belakang masalah, fenomena penelitian, beberapa hasil studi yang telah dilakukan, rumusan masalah dan juga tujuan penelitian serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan landasan teori yang menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan secara detail. Dimana juga pada bab ini mengurai hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan, juga terdapat kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode penelitian yang menjelaskan atau menguraikan tentang pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan Hasil penelitian dan pembahasan yang dapat berupa hasil dari proses analisis dan pengujian hipotesisnya serta hasil analisis dan pembahasan yang secara mendalam tentang hasil temuan. Dimana hasil penelitian ini dipaparkan dalam bentuk tabel dan bentuk teks naratif sehingga mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisikan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran yang dirangkum berdasarkan hasil penelitian serta berupa masukan-masukan yang ingin disampaikan baik kepada pihak yang terkait maupun bagi peneliti selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

2.1.1 Definisi *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu model yang digagas oleh Davis pada tahun 1989. TAM disajikan sebagai kerangka teoritis yang ringkas dan berguna untuk menyelidiki bagaimana persepsi kegunaan dan pandangan terhadap kemudahan penggunaan teknologi atau layanan baru mempengaruhi suatu penerimaannya. Akibatnya, sementara menggabungkan kausalitas TRA, TAM menggunakan dua konsep "kemudahan penggunaan yang dirasakan" dan "kegunaan yang dirasakan" untuk menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan sistem informasi (Hanum dkk, 2023).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model teoritis yang khusus digunakan untuk menentukan perilaku pengguna terhadap penggunaan sistem informasi/teknologi. Model yang diterima teknologi atau umumnya dikenal sebagai model yang diterima teknologi (TAM) ini juga merupakan sistem yang digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna tentang penggunaan teknologi baru (Widanengsih, 2021:74).

Abdul Karim (2020) mendefinisikan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan diartikan bahwa sejauh mana individu yakin dalam menggunakan sistem tertentu dapat terlepas dari upaya, sementara itu kegunaan yang dirasakan diartikan bahwa seseorang yakin dalam menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kemampuan pekerjaannya. TAM menunjukkan bahwa implementasi kemudahan dapat berpengaruh dalam menggunakan teknologi yang dirasakan. Bertambah mudah dalam menggunakan teknologi,

maka bertambah besar keuntungan yang didapatkan dalam menggunakan teknologi.

Pada penelitian ini teori TAM digunakan untuk melakukan pendekatan terkait sistem pembayaran baru yang berbasis digital melalui pemanfaatan kode QR, yaitu *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Tingkat penggunaan dan penerimaan metode pembayaran QRIS dapat diukur melalui pendekatan dengan teori TAM, karena teori TAM merupakan teori yang digunakan untuk mengukur penerimaan terhadap perkembangan teknologi, dengan menggunakan teori TAM akan dapat diketahui reaksi dan persepsi para pengguna terhadap penerapan teknologi pembayaran dengan metode QRIS yang nantinya akan dapat mempengaruhi sikap pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi ini (Rahman, 2022).

2.1.2 Keunggulan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Jogiyanto dalam Kholifah (2023) menyebutkan terdapat keunggulan yang dimiliki oleh teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai berikut:

- 1) *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model berperilaku yang berguna menjawab pertanyaan mengapa begitu banyak sistem teknologi informasi diimplementasikan dengan cepat ketika pembuatnya tidak memiliki motivasi untuk melakukannya.
- 2) TAM diciptakan dengan landasan teori yang kuat.
- 3) TAM dipuji oleh sejumlah akademisi terkemuka dengan telah menetapkan bahwa TAM adalah model yang baik.
- 4) TAM adalah model yang simpel namun tetap memberikan hasil yang valid.

2.2 Mobile Banking

2.2.1 Definisi Mobile Banking

Kemajuan teknologi informasi khususnya pada layanan keuangan memungkinkan beragam transaksi dijalankan dengan secara elektronik tanpa melakukan pertemuan atau kontak fisik secara langsung. Hal tersebut tidak lepas atas Dampak dan Tantangan Dalam Adopsi Byond Pertumbuhan nilai transaksi pembayaran non-tunai di Indonesia adopsi teknologi kedalam sektor layanan keuangan sehingga dapat menyediakan berbagai layanan digital untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, salah satu implikasi dari adopsi perkembangan teknologi kedalam layanan keuangan transaksi yang tidak melibatkan uang fisik ataupun pembayaran non-tunai (cashless payments) (Nanda, dkk, 2023).

Menurut Bank Indonesia (2022) Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui smartphone atau ponsel. Layanan Mobile Banking dapat digunakan dengan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Dengan adanya layanan telepon dan Mobile Banking, transaksi perbankan yang sebelumnya dilakukan secara manual sekarang bisa dilakukan tanpa harus pergi ke cabang bank. Ini artinya, pengguna hanya dapat menyelesaikan transaksi melalui telepon, sehingga menghemat waktu dan biaya. Mobile Banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS Banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.

2.2.2 Manfaat Mobile Banking

Mobile Banking sekarang sudah menyebar ke semua dunia, dengan Mobile Banking maka pihak perbankan berupaya memberikan kemudahan akses para nasabah dengan melaksanakan kegiatan bisnis bank. Mobile Banking menjadi terobosan yang menarik di dunia perbankan karena memberikan manfaat yaitu (Basoeky, 2020):

1. Transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam
2. Transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja, selama nasabah dapat mengakses internet
3. Aman dari perampokan dan pemerasan. Nasabah tidak perlu keluar membawa uang, tidak perlu datang ke kantor bank atau ke Anjungan Tunai Mandiri (ATM) untuk melakukan transaksi, sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan
4. Membuat pekerjaan lebih mudah.

2.3 Minat

2.3.1 Definisi Minat

Minat perilaku merujuk pada kecenderungan atau keinginan seseorang untuk melakukan tindakan atau mengadopsi suatu perilaku tertentu. Hal ini mencakup ketertarikan, keinginan, atau motivasi individu untuk melakukan suatu aktivitas atau mengambil keputusan tertentu. Minat perilaku dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor, termasuk faktor internal seperti kebutuhan, nilai-nilai, dan preferensi individu, serta faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan sosial, budaya, dan norma-norma yang ada. Dalam konteks penggunaan BYOND, misalnya, minat perilaku mencakup

ketertarikan dan keinginan seseorang untuk menggunakan BYOND sebagai metode pembayaran digital (Zanra & Sufnirayanti, 2024).

Minat merupakan kecenderungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual yang dapat dikatakan minat itu tidak stabil bawahnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor inner urge yaitu bahwa rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat. Minat sangat besar pengaruhnya terhadap aktivitas yang dilakukan (Hati & Harefa, 2019).

Minat menggunakan, seperti yang dijelaskan oleh Jogiyanto dalam Kurniasari dan Priambada (2018), dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku hal tertentu. Ketika seseorang memiliki keinginan atau minat, maka ia cenderung akan melakukan perilaku tersebut. Keberhasilan atau kegagalan suatu teknologi yang dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan sangat bergantung pada penggunaanya. Suatu teknologi dapat dianggap berhasil jika penggunaannya meningkat dan para pengguna terus mengadopsi teknologi tersebut. Oleh karena itu, minat individu dalam menggunakan suatu teknologi menjadi faktor yang krusial.

Menurut pendapat Cahyani dalam (Putri, dkk 2019) menyatakan bahwa “minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan Tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut”. Minat menabung oleh Kotler dalam (Cahyani, 2013) diasumsikan sebagai “perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi”.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli di atas maka penulis simpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan yang timbul dalam diri

seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan minat menabung adalah kondisi dimana seseorang sebelum melakukan tindakan terhadap keinginan untuk memilih suatu produk tabungan yang nasabah rasa cocok untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan (Meirinda, 2024).

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat dalam hal ini berkaitan dengan transaksi menggunakan Mobile Banking, maka hal ini pula berhubungan dengan perilaku nasabah dalam bertransaksi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan atau bertransaksi (Yahya & Putri, 2015) :

- 1) Faktor Lingkungan seperti tingkat permintaan dari masyarakat, keadaan ekonomi, biaya, tingkat perubahan teknologi, perkembangan teknologi, politik, dan undang-undang.
- 2) Faktor Organisasi seperti tujuan organisasi, kebijakan, prosedur, struktur organisasi, dan sistem.
- 3) Faktor antar secara individu seperti wewenang, status, empati, persuasi, buying center (pusat pembelian). Sebuah organisasi biasanya melibatkan beberapa orang yang memiliki kepentingan, wewenang dan kepandaian membujuk yang berbeda.
- 4) Faktor Individu, seperti umur, gaji, pendidikan, jabatan, kepribadian, dan resiko.

2.3.3 Indikator Minat

Indikator untuk mengetahui minat masyarakat menggunakan layanan Mobile Banking yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan. Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan kebutuhannya

dalam menggunakan suatu produk. Perilaku seseorang sangat tergantung pada minatnya, sedangkan minat berperilaku sangat tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku. Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut (Ferdinand A. , 2014) :

1. Minat transaksional, yaitu konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut. Dalam hal ini kecenderungan konsumen untuk menggunakan Mobile Banking diartikan sebagai minat transaksional
2. Minat refrensial, Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk mereferensikan Mobile Banking kepada orang lain.
3. Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada Mobile Banking tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Artinya konsumen yang memiliki minat besar

terhadap suatu produk atau jasa, jika di tanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan mencitrakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.

4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini konsumen akan selalu mencari informasi mengenai Mobile Banking yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari Mobile Banking tersebut.

2.4 Persepsi Manfaat

2.4.1 Definisi Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Ahmad & Pambudi, 2013). Dalam penelitian ini terdapat variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan yang mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet (Dwi Y, 2020). Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya bahwa sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto dalam Ahmad & Pambudi, 2013).

Bayu & Dewa (2019) menjelaskan persepsi manfaat sebagai perjanjian kepercayaan bahwa teknologi dapat mampu meningkatkan usaha

seseorang. Menurut Ahmad & Pambudi (2013) persepsi manfaat yaitu dimana seseorang percaya akan teknologi dan meningkatkan suatu kinerja seseorang dalam usahanya. Sedangkan menurut Rahmatsyah dalam Marchelina & Pratiwi (2016) mengatakan bahwa persepsi manfaat yaitu sebagai probabilitas subyektif untuk pemakai suatu aplikasi guna memudahkan kinerja bagi pekerjanya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa seseorang tidak akan menggunakan e-wallet apabila seseorang tidak percaya dalam melakukan sesuatu pekerjaan tidak menghasilkan manfaat apa-apa, begitu juga sebaliknya seseorang akan menggunakan e-wallet jika seseorang percaya dalam melakukan sesuatu pekerjaan akan memberikan manfaat dalam menyelesaikan pekerjaannya. Oleh karena itu persepsi manfaat dapat mempengaruhi konsumsi pengguna e-wallet dalam bertransaksi.

Persepsi manfaat menurut Jagiyanto (2007) dalam Humaidi, et.al (2022) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Sedangkan Rahmatsyah (2011) mengemukakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya.

2.4.2 Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Dirgantara (2017) mengemukakan bahwa persepsi manfaat terdiri dari empat indikator, yaitu:

1. Mempermudah transaksi. Merupakan suatu kondisi dimana kegiatan jual beli yang dilakukan lebih mudah dari biasanya.

2. Mempercepat transaksi. Merupakan suatu kondisi dimana proses jual beli dapat dilakukan dengan waktu yang lebih cepat dari sebelumnya.
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi. Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru akan memberikan keuntungan yang lebih banyak setelah melakukan jual beli.
4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi. Merupakan suatu kondisi dimana dengan menggunakan sesuatu yang baru dalam melakukan jual beli maka akan meningkatkan efisiensi saat melakukan transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja dari usaha.

2.5 Gaya Hidup

Teori Customer Behavior (Perilaku Konsumen)

Variabel Gaya Hidup dalam penelitian ini dilandasi oleh Teori Perilaku Konsumen (Customer Behavior Theory). Menurut Kotler dan Keller (2016) perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Teori ini menjelaskan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, di mana gaya hidup termasuk ke dalam faktor pribadi yang turut membentuk pola konsumsi seseorang.

Engel, Blackwell, dan Miniard (dalam Sumarwan, 2015) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, Teori Perilaku Konsumen digunakan untuk menjelaskan bagaimana gaya hidup masyarakat Bireun, seperti kebiasaan bertransaksi secara digital dan preferensi terhadap kepraktisan, mendorong minat mereka dalam menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital.

2.5.1 Definisi Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller (2016:172) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Menurut Astuti & Hasbi (2020) gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang ditentukan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (minat), dan bagaimana perasaan mereka tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (opini). Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup juga menggambarkan kelas sosial seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian sehingga harga sudah tidak lagi menjadi pertimbangan utama konsumen, apa yang diinginkan harus dimilikinya agar dapat diterima dalam lingkungan sekitarnya (Kotler dan Keller, 2016:186).

Menurut Asisi (2020) Pendapat, aktivitas, dan minat seseorang dikenal sebagai gaya hidup. Artinya, pola hidup seseorang biasanya ditentukan oleh aktivitasnya sehari-hari, apa yang dipikirkan, segala sesuatu di sekitarnya, seberapa besar perhatian dia terhadap hal-hal tersebut, serta bagaimana dia melihatnya dari perspektif dirinya sendiri dan dunia luar. Globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini turut mempengaruhi perubahan nilai-nilai kehidupan manusia (Rahmat et al., 2020). Gaya hidup adalah pandangan

hidup yang dipunyai konsumen, gaya hidup mempunyai pandangan bahwa tujuan utama mereka hidup yaitu untuk mencari kesenangan dari materi karena menganut salah satu prinsip mereka yaitu bahwa hidup hanya sekali. Sehingga mereka harus mendapatkan kesenangan yang banyak untuk dirinya (Rohmanto & Susanti, 2021).

Pesatnya perkembangan dunia industri dan keuangan digital, telah mempermudah perolehan barang dalam jumlah besar dan mempermudah transaksi melalui pembayaran non-tunai. Hal ini membuat Masyarakat tentunya memiliki kesempatan yang tinggi untuk mencoba opsi yang tersedia sehingga membentuk pola hidup hedonis. Hedonisme adalah gaya hidup yang mengutamakan kenikmatan dan kepuasan diri. Sebagian besar masyarakat cenderung menjalani gaya hidup hedonis, karena kemudahan dan kecepatan untuk mendapatkan berbagai macam barang dan jasa melalui teknologi. Gaya hidup dinamis masyarakat ditandai dengan kurangnya kepedulian terhadap masa depan dan hanya berfokus pada masa kini (Widiantari et al., 2023).

2.5.2 Karakteristik Gaya Hidup

Gaya hidup pada masyarakat sudah tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, hal tersebut bisa dilihat dari karakteristik gaya hidup mereka. Ciri-ciri gaya hidup masyarakat dapat dilihat dari ciri-ciri pembeli Masyarakat adalah:

- a. Masyarakat amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual,
- b. Mudah terbujuk iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik),
- c. Tidak berpikir hemat,
- d. Kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk (impulsif) (Astasari & Sahrah , 2006).

Ciri-ciri diatas telah cukup menggambarkan bahwa faktor keinginan merupakan dasar bagi mereka melakukan tindakan tersebut. Selain itu, perilaku ini sama sekali tidak menunjukkan faktor kebutuhan di dalamnya. Para masyarakat tampak jelas melakukan gaya hidup untuk menunjang harga diri dalam pergaulan semata tanpa memandang kebutuhan sebenarnya. Telah dijelaskan pada bahasan sebelumnya, bahwa karakteristik atau ciri ciri masyarakat yang melakukan budaya konsumtif atau gaya hidup merupakan dasar yang penting untuk mengenali dan mengkaji lebih jauh mengenai gaya hidup. Hal itu di karenakan dengan mempelajari dan memahami karakteristik masyarakat yang melakukan gaya hidup maka dapat diketahui faktor penyebab mereka melakukan gaya hidup (Lestarina , dkk 2017).

2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Priansa, 2017). Berikut penjelasannya:

1) Faktor Internal

- a. Sikap merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir konsumen untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya.
- b. Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling erat terkait. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkat laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tingkah laku dan perbuatan konsumen di masa lampau serta dapat dipelajari melalui interaksi dengan orang lain yang selanjutnya menghasilkan pengalaman.

- c. Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu konsumen dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
 - d. Konsep diri erat kaitannya dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Bagaimana konsumen secara individu memandang tentang dirinya akan sangat mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek.
 - e. Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang menyertainya. Konsumen membutuhkan dan menginginkan untuk merasa aman serta memiliki prestise tertentu. Jika motif konsumen terhadap kebutuhan akan prestise lebih besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
 - f. Persepsi merupakan proses di mana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambaran tertentu atas informasi tersebut.
- 2) Faktor Eksternal
- a. Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu.
 - b. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

- c. Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, di mana para anggota dalam setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan.
- d. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh konsumen sebagai individu yang merupakan bagian dari anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

2.5.4 Indikator Gaya Hidup

Berikut adalah pengertian dan contoh indikator gaya hidup dalam penggunaan mobile banking menurut Kotler dan Keller (2009) :

1. Aktivitas

Indikator dalam aspek ini mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh pengguna dalam penggunaan mobile banking sehari-hari. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- a. Frekuensi penggunaan: Pengguna yang lebih sering menggunakan mobile banking cenderung lebih memilih bank yang memiliki fitur dan layanan mobile banking yang lebih lengkap dan mudah digunakan.
- b. Jenis aktivitas yang dilakukan: Pengguna yang sering melakukan transaksi transfer antarbank melalui mobile

banking cenderung memilih bank yang memiliki biaya transfer rendah dan cepat.

2. Minat

Indikator dalam aspek ini mengacu pada faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan mobile banking, di mana pengguna menggunakan waktu dan uang untuk hal yang menarik atau menarik minatnya. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- a. Minat dalam teknologi: Pengguna yang menyukai teknologi cenderung memilih bank yang memiliki aplikasi mobile banking yang canggih dan mudah digunakan.
- b. Minat dalam investasi: Pengguna yang tertarik dengan investasi cenderung memilih bank yang memiliki layanan mobile banking yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi investasi.

3. Opini

Indikator dalam aspek ini mengacu pada respon lisan atau tertulis yang diberikan pengguna sebagai tanggapan terhadap suatu stimulus atau topik terkait penggunaan mobile banking. Contoh indikator dalam aspek ini adalah:

- a. Pendapat tentang keamanan: Pengguna yang lebih peduli dengan keamanan cenderung memilih bank yang memiliki fitur keamanan yang lengkap, seperti autentikasi dua faktor atau fitur pengingat kata sandi.
- b. Pendapat tentang kualitas layanan: Pengguna yang menghargai kualitas layanan cenderung memilih bank yang memiliki

layanan pelanggan yang cepat dan responsif untuk menangani masalah atau keluhan.

2.6 Fitur Layanan

2.6.1 Definisi Fitur Layanan

Menurut Tjiptono atribut produk merupakan unsur-unsur yang terkandung dalam produk dan dipandang penting oleh konsumen sehingga dijadikan dasar keputusan untuk menggunakan atau membeli produk tersebut. Suatu produk dapat ditawarkan dalam berbagai model dasar, model tanpa fitur tambahan, dan model dengan berbagai fitur. Dengan menambahkan lebih banyak fitur, perusahaan dapat mencapai tingkat pemodelan yang lebih tinggi. Fitur sendiri adalah sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari pesaing (Firmansah, 2019). Pertimbangan untuk mengembangkan suatu fitur. Fitur produk merupakan berbagai aspek dari suatu produk dan fitur produk mempunyai manfaat bagi konsumen. Kepercayaan mengenai fitur teknologi berhubungan langsung dengan penerimaan nasabah.

Menurut Tjiptono (2012 : 103) fitur merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sedangkan layanan menurut Kotler dalam Adha (2020 : 18) layanan merupakan tindakan atau kinerja yang bisa ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud serta tidak membuat kepemilikan apapun. Sehingga fitur layanan dapat didefinisikan sebagai unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen, dimana unsur tersebut tidak berwujud karena berupa tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.

Fitur layanan m-banking ialah salah satu faktor untuk meningkatkan keyakinan nasabah dalam memutuskan melakukan transaksi perbankan secara online atau tidak. Upaya untuk meningkatkan kepercayaan nasabah adalah pada ketersediaan fitur yang terdapat di mobile banking secara lengkap (Agustina, 2017).

2.6.2 Indikator Fitur Layanan

Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara online atau offline. Menurut Hamidah dan Anita (2013) fitur didefinisikan sebagai produk perusahaan yang membedakan dengan perusahaan lainnya sebagai alat persaingan sejenis yang akan menjadi saingan dari perusahaan lainnya. Dengan berbagai fitur layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang sesuai dengan kebutuhan yang akan dimilikinya agar merasa puas dalam penggunaannya guna produk yang diinginkan. Indikator pengukuran variabel fitur layanan mengacu pada pendapat dari Poon (2015) antara lain :

1. Kemudahan akses informasi
merupakan akses informasi yang mudah digunakan dalam aplikasi dompet digital dengan menawarkan barang atau jasa melalui dompet digital yang digunakannya.
2. keragaman layanan bertransaksi
adalah sistem pembayaran dalam aplikasi dompet digital dengan menyediakan berbagai macam layanan.
3. Keragaman fitur

adalah sistem informasi dari fitur yang diberikan oleh dompet digital dengan berbagai macam.

4. Inovasi produk

merupakan fitur layanan yang terbaru dari sebuah aplikasi untuk pengembangan produk dari dompet digital.

2.7 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, salah satu hal yang harus diperhatikan oleh peneliti yakni kajian ulang mengenai penelitian penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti lainnya dengan topik atau pembahasan serupa, yang dimana bertujuan untuk menghindari penelitian berulang dengan objek yang sama dan juga untuk memperjelas perbedaan antara penelitian yang sedang disusun oleh peneliti dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, yang mana beberapa penelitian terkait yang digunakan diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Igustina (2024)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard(Qris) Sebagai Alat	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh f hitung sebesar $31.051 > f$ tabel 3,17 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Pembayaran Pada Usaha Myrooms Printing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah		menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan dan risiko berpengaruh terhadap keputusan menggunakan sebesar 56,7%. Sementara itu, sisanya sebesar 43,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2	Amini (2025)	Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan Byond By Bsi (Studi Pada Pelaku Umkm Kota Banda Aceh)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI, tetapi Kenyamanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI.
3	Ghofur & Sofiah (2025)	Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BSI KCP GKB Gresik	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa minat nasabah pada penggunaan aplikasi Byond masih tergolong rendah sehingga masih banyak nasabah yang belum menggunakan layanan Byond. Disamping itu, BSI Mobile dapat meningkatkan loyalitas nasabah dengan kemudahan-kemudahan

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				transaksi yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Nasabah yang tidak menggunakan layanan Byond juga tetap menjadi nasabah yang loyal pada Bank BSI KCP GKB Gresik karena respon baik dan aktif dari pihak bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah.
4	Ramadhan, dkk (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.
5	Alaydrus (2021)	yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Keunggulan Fitur, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi pada Bank BRI di Kota Malang).	Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan temuan laporan ini, Kenyamanan, keunggulan fitur, dan kepercayaan semuanya berdampak positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking.

Sumber: Data diolah (2025)

Penelitian Amini (2025) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan BYOND by BSI (Studi Pada Pelaku UMKM Kota Banda Aceh) dan hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI, tetapi Kenyamanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI.

Dan penelitian Ghofur & Sofiah (2025) yang berjudul “Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BSI KCP GKB Gresik” Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa minat nasabah pada penggunaan aplikasi Byond masih tergolong rendah sehingga masih banyak nasabah yang belum menggunakan layanan Byond. Disamping itu, BSI Mobile dapat meningkatkan loyalitas nasabah dengan kemudahan-kemudahan transaksi yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Nasabah yang tidak menggunakan layanan Byond juga tetap menjadi nasabah yang loyal pada Bank BSI KCP GKB Gresik karena respon baik dan aktif dari pihak bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Penelitian Igustina (2024), dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Pada Usaha Myrooms Printing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”. Persamaan pada skripsi peneliti dengan skripsi yang dilakukan oleh Igustina (2024) yaitu sama sama meneliti tentang QRIS dan variabel risiko. Yang membedakan dengan penelitian peneliti yaitu pada beberapa variabel penelitian, peneliti menggunakan variabel Sosial Budaya dan Gaya Hidup.

Adapun penelitian Ramadhan, dkk (2023) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda” Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu pengujian yaitu SPSS. Persamaan pada skripsi peneliti dengan skripsi yang dilakukan oleh Ramadhan, dkk (2023) yaitu sama sama meneliti tentang QRIS dan Gaya Hidup. Yang membedakan dengan penelitian peneliti yaitu pada beberapa variabel penelitian, peneliti menggunakan variabel Sosial Budaya dan Persepsi Risiko.

Selanjutnya penelitian Alaydrus (2021) dengan judul Pengaruh Kemudahan, Keunggulan Fitur, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi pada Bank BRI di Kota Malang). Dengan 100 responden, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan penelitian ini yaitu kemudahan (X1), keunggulan Fitur (X2), dan kepercayaan (X3), sedangkan variabel penggunaan layanan sebagai variabel Y. Berdasarkan temuan laporan ini, Kenyamanan, keunggulan fitur, dan kepercayaan semuanya berdampak positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu di atas, dapat diidentifikasi kesenjangan penelitian (research gap) yang mendasari penelitian ini. Pertama, dari sisi objek penelitian, sebagian besar penelitian terdahulu (Igustina, 2024; Ramadhan dkk, 2023) berfokus pada QRIS, sementara penelitian Amini (2025) dan Ghofur & Sofiah (2025) meneliti layanan Byond by BSI namun dengan variabel kepercayaan, kenyamanan, kualitas layanan, dan loyalitas nasabah, bukan pada persepsi manfaat, gaya hidup, dan fitur layanan secara bersamaan. Kedua, dari sisi variabel, kombinasi antara Persepsi Manfaat,

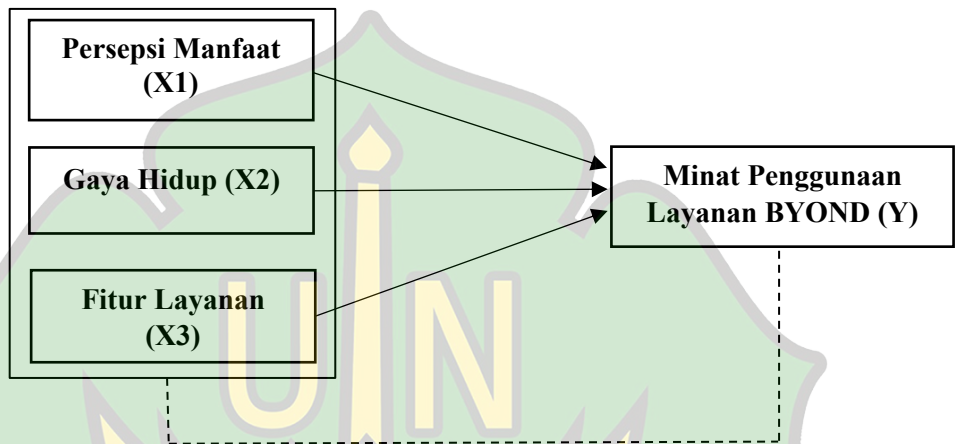
Gaya Hidup, dan Fitur Layanan sebagai prediktor minat penggunaan Beyond BSI belum banyak diteliti secara simultan dalam satu model penelitian. Ketiga, dari sisi lokasi dan subjek penelitian, penelitian terdahulu banyak dilakukan pada wilayah perkotaan besar seperti Malang, Gresik, dan Banda Aceh, sedangkan penelitian pada Masyarakat Kabupaten Bireun sebagai wilayah dengan karakteristik sosial dan tingkat adopsi teknologi finansial yang berbeda masih sangat terbatas. Kesenjangan-kesenjangan inilah yang menjadi dasar keterbaruan (novelty) dan urgensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini.

2.8 Kerangka Berpikir

Menurut Fitriyani (2016) mendefinisikan bahwa kerangka berpikir adalah sebuah kerangka yang menjelaskan bagaimana suatu teori yang berhubungan, yang dapat dibangun berdasarkan teori, pustaka serta penelitian-penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan serta dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga dapat menghasilkan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya untuk diteliti.

Kerangka berpikir yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah (2025)

Keterangan:

———— : Pengaruh secara parsial

----- : Pengaruh secara simultan

Pada penelitian ini mengambil tiga variabel independen dan satu variabel dependen untuk diteliti. Variabel independen yaitu variabel Persepsi Manfaat (X1), Gaya Hidup (X2) dan Fitur Layanan (X3). Sedangkan variabel dependen adalah Minat Penggunaan Layanan BYOND By BSI Pada Masyarakat Bireun.

2.9 Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017: 63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang

diberikan baru berdasarkan teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner.

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau suatu kesimpulan yang masih belum sempurna terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Kebenaran dari hipotesis dapat dibuktikan saat data dari penelitian lapangan telah diperoleh. Hipotesis atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 = Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

H_{a1} = Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

H_2 = Gaya Hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

H_{a2} = Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

H_3 = Fitur Layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

H_{a3} = Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

H₄ = Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, dan Fitur Layanan secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun

Ha₄ = Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, dan Fitur Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Byond by BSI sebagai alat pembayaran digital pada Masyarakat Bireun



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan pada penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga dengan pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Data kuantitatif juga merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2017:13). Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya.

Dalam metode penelitian kuantitatif, umumnya masalah yang diteliti memiliki cakupan yang lebih luas serta variasi yang lebih kompleks dibandingkan dengan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif lebih sistematis, terencana, terstruktur, jelas dari awal hingga akhir penelitian dan tidak dipengaruhi oleh keadaan yang ada pada lapangan (Riyanto et al, 2023).

3.1.2 Sumber Data Penelitian

Data adalah sesuatu yang dikumpulkan oleh peneliti berupa fakta empiris yang akan digunakan untuk bisa memecahkan sebuah masalah ataupun menjawab pertanyaan sebuah penelitian (Siyoto dan Sodik, 2015). Sumber dari penelitian ini berasal dari data primer.

Data primer adalah data yang menunjukkan pada informasi yang telah didapat oleh peneliti yang mempunyai kaitan erat dengan variabel kepuasan untuk tujuan spesifik studi. Sumber untuk data primer ini berasal dari responden individu, kelompok fokus, internet dan angket (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data primer, yang akan dikumpulkan menggunakan metode angket atau kuesioner baik secara online maupun membagikan angket fisik secara langsung.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

populasi berarti seluruh jumlah orang atau penduduk di suatu daerah; jumlah orang atau pribadi yang mempunyai ciri-ciri yang sama; jumlah penghuni baik manusia maupun makhluk hidup lainnya pada suatu ruang tertentu. Populasi bukan hanya manusia tetapi bisa juga obyek atau benda-benda subyek yang dipelajari seperti dokumen-dokumen yang dapat dianggap sebagai objek penelitian (Sugiyono, 2018).

Populasi dalam penelitian merupakan merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2014) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Pendapat di atas menjadi

salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada Nasabah BSI kota Bireun yang menggunakan BYOND by BSI.

Adapun ciri-ciri nasabah BSI Kota Bireun yang menggunakan Layanan BYOND by BSI yaitu nasabah usia produktif, memiliki ponsel dan konektivitas data yang stabil, serta akun untuk pembayaran yaitu BYOND By BSI (Bank Indonesia, 2025).

Tabel 3.1
Populasi Usia Produktif Masyarakat Bireun

Kelompok umur produktif 15-65 tahun	Laki-Laki	Perempuan
15-19	22.133	21.615
20-24	20.733	20.203
25-29	19.322	19.902
30-34	18.048	19.319
35-39	16.176	18.267
40-44	14.740	15.944
45-49	12.730	14.173
50-54	10.663	12.018
55-59	9.030	10.706
60-64	7.353	8.334
Jumlah	150.928	160.418

3.2.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subjek penelitian sebagai wakil dari para anggota populasi (Supardi, 2005). Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil

adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel yang dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2010).

Rumus sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah rumus Daniel dan Terrel (1994) untuk menghitung banyaknya sampel dari populasi tak terhingga (*Infinite Population*) :

$$n = \frac{[z \alpha / 2]^2 pq}{d^2}$$

n = Besar sampel

$z \alpha / 2$ = nilai z untuk taraf nyata ($\alpha = 0,05$), nilai taraf kepercayaan (1,96)

p = estimasi proposi

d = taraf kesalahan 10%

Bila $\alpha = 5\%$ dan $d = 10\%$ dengan asumsi $p = 1$ per 2 dan populasi tak terhingga maka n (jumlah sampel) yang dibutuhkan adalah :

$$n = \frac{[z \alpha / 2]^2 pq}{d^2}$$

$$n = \frac{[z 0,025]^2 0,5 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,25}{0,01}$$

$$= \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah dari responden minimal adalah 96 Responden Masyarakat Bireun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan data dilakukan dengan non probability sampling menggunakan teknik accidental sampling dimana peneliti berusaha menarik anggota populasi berdasarkan kemudahan ditemui atau ketersediaan anggota populasi (Sugiyono, 2018:81).

Rumus *Proportional Sampling* :

Rumus	jumlah populasi setiap kelas	x jumlah sampel
	jumlah total populasi	

Tabel 3.2
Penduduk Perkecamatan Kota Bireun

Samalanga	33.171	x 96 = 6,7 = 7 orang
	471.635	
Simpang mamplam	29.865	x 96 = 6,0 = 6 orang
	471.635	
Pandrah	9.241	x 96 = 1,8 = 2 orang
	471.635	
Jeunieb	27.22	x 96 = 5,5 = 5 orang
	471.635	
Peulimbang	12.504	x 96 = 2,5 = 3 orang
	471.635	
Peudada	29.011	x 96 = 5,9 = 6 orang
	471.635	
Juli	34.969	x 96 = 7,1 = 7 orang
	471.635	
Jeumpa	39.207	x 96 = 7,9 = 8 orang
	471.635	
Kota Juang	53.913	x 96 = 10,7 = 11 orang
	471.635	

Kuala	19.469	x 96 = 3,9 = 4 orang
	471.635	
Jangka	30.92	x 96 = 6,2 = 6 orang
	471.635	
Peusangan	57.322	x 96 = 11,6 = 12 orang
	471.635	
Peusangan Selatan	15.914	x 96 = 3,2 = 3 orang
	471.635	
Peusangan Siblah Krueng	12.693	x 96 = 2,5 = 3 orang
	471.635	
Makmur	16.739	x 96 = 3,4 = 3 orang
	471.635	
Gandapura	25.152	x 96 = 5,1 = 5 orang
	471.635	
Kuta Blang	24.324	x 96 = 4,5 = 5 orang
	471.635	
Total		96 Orang

Sumber: Data diolah (2025)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) mendefinisikan bahwa teknik pengumpulan data adalah sebuah langkah-langkah yang dilakukan untuk memperoleh data serta keterangan-keterangan yang akan membantu untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan sebuah penelitian. Untuk mendukung penelitian ini diperlukan sejumlah data yang mampu memperkuat penelitian. Adapun cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini, akan digunakan teknik sebagai berikut :

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket, peneliti akan mengambil angket dengan cara menyebarkan angket secara langsung dan juga secara online kepada Masyarakat Bireun, di dalam penelitian ini peneliti akan

menggunakan angket yang bersifat tertutup. Sugiyono (2014) mendefinisikan angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, dan kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat dikirim kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian, menurut Budiaji (2013) ada beberapa pengukuran skala yang dapat digunakan dalam penelitian, diantaranya adalah skala thurstone, guttman, dan likert. Skala thurstone digunakan untuk menduga preferensi individu dengan menggunakan nilai frekuensi responnya, skala guttman menggunakan kumulatif yaitu apabila individu menyetujui satu butir pertanyaan maka semua butir pertanyaan juga ikut menyetujuinya, dan skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan dan disediakan lima butir titik pilihan pada setiap butirnya. Dalam penelitian ini, teknik dalam pengukuran data menggunakan skala Likert.

Terdapat macam-macam skala pengukuran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, Skala Ordinal, Skala Nominal, Skala Interval, dan Skala Rasio. Skala Ordinal adalah skala yang lebih maju dibandingkan skala nominal karena data pada skala ini tidak hanya diberi label tetapi juga diurutkan berdasarkan Tingkat atau rangking tertentu. Skala Nominal adalah bentuk paling dasar dari pengukuran data. Skala Interval adalah lebih maju

lagi dengan memberikan informasi tidak hanya tentang urutan tetapi juga jarak antara nilai-nilai. Dan Skala Rasio adalah jenis skala pengukuran yang paling canggih. Data pada skala ini memiliki semua karakteristik skala interval, ditambah dengan adanya nol absolut yang menunjukkan tidak adanya atribut yang diukur Sugiyono (2013).

Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat sikap, fenomena sosial, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Skala likert ini disusun dikategorikan lima pertanyaan yang dirancang dalam bentuk angket dan diberi dengan nilai 1-5 (satu sampai lima), seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016)

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu

orang dengan lainnya atau suatu objek dengan objek lainnya. Artinya variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen.

3.6 Operasional Variabel

Noor (2012) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Dalam penelitian ini definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Operasional Variabel

No.	Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
1	Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Ahmad & Pambudi, 2013).	Menurut Yang et al., (2015) yaitu: 1. Mempermudah transaksi. 2. Mempercepat transaksi. 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi. 4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi.	<i>Interval</i>

2	Gaya Hidup (X2)	Menurut Asisi (2020) Pendapat, aktivitas, dan minat seseorang dikenal sebagai gaya hidup. Artinya, pola hidup seseorang biasanya ditentukan oleh aktivitasnya sehari-hari, apa yang dipikirkan, segala sesuatu di sekitarnya, seberapa besar perhatian dia terhadap hal-hal tersebut, serta bagaimana dia melihatnya dari perspektif dirinya sendiri dan dunia luar.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini (Kotler dan Keller, 2009).	<i>Interval</i>
3	Fitur Layanan (X3)	Menurut Tjiptono atribut produk merupakan unsur-unsur yang terkandung dalam produk dan dipandang penting oleh konsumen sehingga dijadikan dasar keputusan untuk menggunakan atau membeli produk tersebut. Suatu produk dapat ditawarkan dalam berbagai model dasar, model tanpa fitur tambahan, dan model dengan berbagai fitur	Menurut (Poon, 2015) yaitu: 1. Kemudahan akses informasi 2. Keberagaman layanan transaksi. 3. Keberagaman fitur. 4. Inovasi layanan.	<i>Interval</i>
4	Minat Menggunakan (Y)	Minat perilaku merujuk pada kecenderungan atau keinginan seseorang untuk melakukan tindakan atau mengadopsi suatu perilaku tertentu. Hal ini mencakup ketertarikan, keinginan, atau motivasi individu untuk	1. Keinginan untuk menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Berlanjut di masa yang akan datang. (Ferdinand A. , 2014)	<i>Interval</i>

		melakukan suatu aktivitas atau mengambil keputusan tertentu. Minat perilaku dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor, termasuk faktor internal seperti kebutuhan, nilai-nilai, dan preferensi individu, serta faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan sosial, budaya, dan norma-norma yang ada.		
--	--	---	--	--

Sumber: Data diolah (2025)

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid (Ghozali, 2011).

Sugiyono (2013) mengungkapkan apabila koefisien antara item dengan total keseluruhan dari item memiliki nilai sama ataupun diatas nilai 0,3, maka item tersebut dinyatakan valid, akan tetapi apabila nilainya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka data tersebut valid (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya $t_{hitung} <$

ttabel maka data tersebut tidak valid (tidak signifikan) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang valid berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengumpulkan variabel penelitian reliabel atau tidak (Sugiyono, 2010). Sugiyono (2013) juga mengungkapkan bahwa reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Segala alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari Alpha. Uji reliabilitas yang dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai $\text{Alpha} > 0,60$ maka reliabel, dalam hal ini peneliti menggunakan rumus Cronbach Alpha untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara alpha (α) dengan r tabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha yaitu $> 0,60$ (Ghozali, 2011).

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini untuk mengukur kenormalan distribusi data artinya uji normalitas ini ialah untuk memastikan apakah sebuah data dapat dikatakan normal atau tidak. Model regresi yang bisa

dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghazali menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi dapat dikatakan normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi di antara variabel independen (bebas). Pengujian dengan model regresi tidak dapat dilakukan jika variabel-variabel independen saling berkorelasi yang membuat variabel-variabel ini tidak ortogonal. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di antara variabel independen dapat dilihat dari nilai toleran maupun varian *inflation factor* (VIF).

Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang

tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10 (Ghozali, 2013).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2013) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik Scatter Plot. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah pada angka 0 pada sumbu Y, maka tidak akan terjadinya heteroskedastisitas.

3.9 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun digunakannya alat analisis regresi linear ditujukan untuk memperkirakan nilai variabel terikat dan menjelaskan pengaruhnya. Dalam hal ini peneliti

menggunakan jenis uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y secara bersamaan. Regresi linear berganda didasarkan pada pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus untuk melihat analisis linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Penggunaan

X1 = Persepsi Manfaat

X2 = Gaya Hidup

X3 = Fitur Produk

β_1 = Koefisien Persepsi Manfaat

β_2 = Koefisien Gaya Hidup

β_3 = Koefisien Fitur Produk

α = Konstanta

e = Standard Error

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial t adalah pengujian untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual untuk menerangkan variasi keterkaitan variabel, dan juga membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table, apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Priadana dan Muis, 2009). Langkah-langkah pengujiannya diantaranya:

1. Perumusan Hipotesis

H_1 = Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND

H_{a1} = Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND

H_2 = Gaya Hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND

H_{a2} = Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND

H_3 = Fitur Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND

H_{a3} = Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan BYOND

2. Menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 5% atau 0,05 yang berfungsi untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian diterima atau ditolak.

3. Menentukan Kriteria uji penerimaan maupun penolakan hipotesis: Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Berdasarkan signifikansi:

- Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Pengambilan keputusan.

3.10.2 Uji Simultan

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (Pelayanan, Kecepatan klaim dan Produk asuransi) secara bersama-sama berpengaruh

signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan:

- a. Jika nilai signifikan $f < 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai signifikan $f > 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.11 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kedua variabel yang diteliti yaitu variabel dependen dan independen, maka dihitung koefisien determinasi jika $R^2 = 100\%$ berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin tinggi menjelaskan bahwa semakin cocok variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai R^2 berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 harus berkisar 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$)
2. Apabila $R^2 = 1$ berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
3. Apabila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Oleh karena dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil adalah nilai *Adjusted R-Square*



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah memiliki peran krusial sebagai fasilitator dalam berbagai aktivitas ekonomi di ekosistem industri halal. Di Indonesia, sektor perbankan Syariah telah mengalami perkembangan pesat dalam tiga dekade terakhir. Pertumbuhan ini terlihat dari inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta perluasan jaringan yang menunjukkan tren positif setiap tahunnya. Selain itu, percepatan pertumbuhan juga tercermin dalam berbagai aksi korporasi yang dilakukan oleh Bank Syariah. Hal ini termasuk langkah-langkah strategis yang diambil oleh Bank Syariah milik BUMN, seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021, yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, tercatat sebagai momen bersejarah dengan bergabungnya tiga Bank Syariah, yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, menjadi satu entitas baru bernama Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini bertujuan untuk menyatukan keunggulan masing-masing bank sehingga dapat menyediakan layanan yang lebih komprehensif, memperluas jangkauan, serta memperkuat kapasitas permodalan.

Penggabungan tiga bank syariah ini diresmikan melalui surat yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Nomor SR-3/PB.1/2021. Surat tersebut berisi persetujuan atas merger antara PT Bank Syariah Mandiri Tbk dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI Syariah, serta persetujuan perubahan nama dari PT Bank BRI Syariah menjadi

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) sebagai hasil penggabungan. Melalui merger ini, BSI memperoleh total aset mencapai yakni sebesar Rp240 triliun. Di Kota Banda Aceh terdapat 26 kantor cabang bank BSI dan 153 mesin layanan ATM yang tersebar di Kota Banda Aceh (BSI, 2024).

Melalui konsolidasi ini, diharapkan keunggulan masing-masing Bank Syariah dapat saling melengkapi, sehingga mampu menghadirkan layanan yang lebih optimal dan komprehensif, memperluas jangkauan, serta memperkuat kapasitas permodalan. Selain itu, dukungan dari perusahaan induknya, yaitu Mandiri, BNI, dan BRI, serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, menjadi dorongan bagi BSI untuk berkompetisi di tingkat internasional.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Setiap perusahaan mempunyai visi dan misi dalam menjalankan bisnisnya, berikut merupakan visi dan misi dari bank BSI:

1. Visi: “Top 10 Global Islamic Bank”
2. Misi:
 - Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
 - Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
 - Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

4.1.4 BYOND by BSI

BYOND by BSI adalah platform digital yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mendukung ekosistem bisnis, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta start-up. Layanan ini

dirancang untuk memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan, pembiayaan, dan pengelolaan bisnis secara syariah. Dengan BYOND by BSI, pengguna dapat mengakses berbagai fitur, seperti pembayaran digital, akses permodalan, serta layanan keuangan berbasis teknologi yang inovatif dan sesuai dengan prinsip syariah. Aplikasi ini dapat diakses kapan pun dan di mana pun melalui ponsel baik Android maupun iOS.

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Keterangan Penggunaan BYOND By BSI

Dalam penelitian ini membutuhkan informasi mengenai ketertarikan atau minat dari masyarakat Banda Aceh dalam menggunakan QRIS sebagai media transaksi mereka. Oleh sebab itu para responden yang terlibat sebagai sumber data dalam penelitian ini merupakan para pengguna QRIS. Di mana jumlah pengguna QRIS yang menjadi responden dalam penelitian ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Keterangan Penggunaan BYOND By BSI

No	Penggunaan Byond	Frekuensi	Perentase
1	Iya	100	100%
2	Tidak	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Diolah (2026)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa keseluruhan responden, di mana terdapat 96 responden merupakan para pengguna BYOND. Hal tersebut diperlukan agar data yang digunakan dalam penelitian ini valid.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili (Kecamatan)

Penelitian ini dilakukan di Bireun. Di mana di Bireun sendiri terdapat 17 Kecamatan. Pada tabel berikut dilampirkan data para responden berdasarkan dengan domisili para responden dalam penelitian ini, di mana:

Tabel 4. 2
Karakteristik Reponden Berdasarkan Domisili (Kecamatan)

No	Kecamatan	Frekuensi	Perentase
1	Samalanga	7	7%
2	Simpang mamplam	6	6%
3	Pandrah	2	2%
4	Jeunieb	5	5%
5	Peulimbang	3	3%
6	Peudada	6	6%
7	Juli	7	7%
8	Jeumpa	8	8%
9	Kota Juang	11	11%
10	Kuala	4	4%
11	Jangka	6	6%
12	Peusangan	12	12%
13	Peusangan selatan	3	3%
14	Peusangan siblah krueng	3	3%
15	Makmur	3	3%
16	Gandapura	5	3%
17	Kuta blang	5	5%
Total		96	96%

Sumber: Data Diolah (2026)

4.2.3 Karaktersitik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2
Karaktersitik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Perentase
1	Laki Laki	60	60%
2	Perempuan	36	36%
Total		96	96%

Sumber: Data Diolah (2026)

Dalam penelitian ini terdapat reponden laki laki dan perempuan. Di mana terdapat 60 responden laki laki dan sebanyak 36 responden perempuan.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan berdasarkan usia dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat kalangan usia atau kelompok umur yang menggunakan QRIS. Karena di era dengan perkembangan teknologi yang kian gencar, maka hal tersebut tentu juga berpengaruh pada pemerataan penggunaan teknologi oleh masyarakat.

Tabel 4. 3
Karakteristik Berdasarkan Rentang Usia Responden Penelitian

No	Rentang Usia Responden	Frekuensi	Perentase
1	17–21 Tahun	30	30%
2	22–35 Tahun	33	33%
3	36–64 Tahun	24	24%
4	> 64 Tahun	7	7%
Total		96	96%

Sumber: Data Diolah (2026)

Dapat dilihat dari tabel 4.4 di atas bahwa dalam penelitian ini terdapat 30 responden dengan rentang usia 17–21 tahun, selanjutnya sebanyak 33 responden dengan rentang usia 22–35 tahun, selanjutnya terdapat 24 responden pada rentang usia 36–64 tahun Dan terdapat 7 responden dengan usia >64 tahun.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 2
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden Penelitian

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Perentase
1	SMA/Sederajat	33	33%
2	Diploma (DI - DIV)	14	14%
3	Sarjana (SI)	39	39%
4	Magister (S2)/Doktor(S3)	8	8%
Total		96	96%

Sumber: Data Diolah (2026)

Pada tabel di atas, terlampir pendidikan terakhir yang ditempuh oleh para responden, di mana terdapat 33 responden dengan Riwayat Pendidikan SMA/Sederajat. Terdapat 14 responden dengan riwayat pendidikan Diploma. Pada kelompok jenjang pendidikan Sarjana terdapat 39 responden. Pada jenjang riwayat pendidikan S2/S3 dalam penelitian ini terdapat 8 responden.

4.3 Hasil Uji Kelayaan Kuesioner Penelitian

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Dengan memakai tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha=5\%$, dan r tabel memiliki nilai signifikan $5\% = 0,197$ terhadap jumlah $N=100$ dengan $df=98$ ($df= n-2$), maka setiap pernyataan tersebut dapat dikatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel. Berikut merupakan hasil uji validitas terhadap pernyataan pada setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4. 2.1
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Pernyataan Kuesioner	r Hitung	r Tabel
1	Persepsi manfaat (X_1)	$X_{1.1}$	0,400	0,197
2		$X_{1.2}$	0,704	0,197
3		$X_{1.3}$	0,450	0,197
4		$X_{1.4}$	0,662	0,197
5		$X_{1.5}$	0,654	0,197
6		$X_{1.6}$	0,631	0,197
7		$X_{1.7}$	0,469	0,197
8		$X_{1.8}$	0,400	0,197
9	Gaya Hidup (X_2)	$X_{2.1}$	0,653	0,197
10		$X_{2.2}$	0,738	0,197
11		$X_{2.3}$	0,753	0,197
12		$X_{2.4}$	0,636	0,197
13		$X_{2.5}$	0,677	0,197
14		$X_{2.6}$	0,566	0,197
15	Fitur layanan (X_3)	$X_{3.1}$	0,801	0,197
16		$X_{3.2}$	0,861	0,197
17		$X_{3.3}$	0,854	0,197
18		$X_{3.4}$	0,874	0,197

19		$X_{3,5}$	0,805	0,197
20		$X_{3,6}$	0,831	0,197
21		$X_{3,7}$	0,714	0,197
22		$X_{3,8}$	0,668	0,197
23	Minat Menggunakan (Y)	Y_1	0,631	0,197
24		Y_2	0,412	0,197
25		Y_3	0,439	0,197
26		Y_4	0,300	0,197
27		Y_5	0,565	0,197
28		Y_6	0,461	0,197
29		Y_7	0,504	0,197
30		Y_8	0,703	0,197

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan dasar ketentuan pengambilan keputusan yang telah disebutkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa pada tabel hasil uji validitas pada seluruh pernyataan pada setiap variabel dalam penelitian ini dikatakan valid, dikarenakan nilai r hitung dari seluruh pernyataan $> r$ tabel yang ditetapkan yang disesuaikan dengan jumlah responden dalam penelitian ini.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas setiap variabel, maka pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas. Hasil dari analisis uji reliabilitas dapat dilihat pada output SPSS dengan melihat nilai α (α). Dalam pengambilan keputusan asumsi apabila nilai $> 0,60$ maka setiap sub pernyataan dari variabel yang diteliti maka dapat dikatakan reliabel. Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas dari seluruh variabel dalam penelitian ini dilampirkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2.2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Nilai Alpha Cronbach	Alpha Cronbach Minimum
1	Persepsi manfaat (X_1)	0,664	0,60
2	Gaya Hidup (X_2)	0,752	0,60

3	Fitur layanan (X_3)	0,918	0,60
4	Minat Menggunakan (Y)	0,662	0,60

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan pada uji realibilitas, pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alfa pada setiap variabel dalam penelitian ini memperoleh nilai yang lebih besar dari 0,60. Sehingga setiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan **Reliabel**.

4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Untuk menguji kelayakan data yang digunakan dalam penelitian dalam harus memenuhi beberapa persyaratan agar data tersebut layak digunakan. Salah satu nya adalah uji normalitas. Analisis normalitas data dilakukan untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi normal, yang merupakan asumsi penting dalam banyak analisis statistik parametrik.

Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan beberapa cara, salah satunya yaitu dengan melihat grafik *P-Probabiliti* serta uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov. Dimana masing masing ketentuan pengambilan keputusan dari kedua uji tersebut diantaranya:

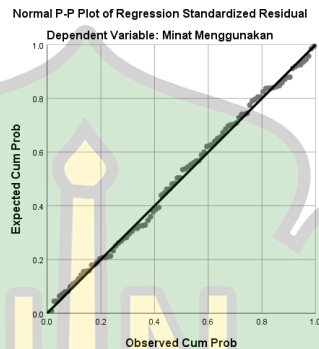
- 1) Jika titik-titik pada grafik menyebar mengikuti garis diagonal, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.
- 2) Sebaliknya, jika titik-titik menyimpang jauh dari garis diagonal, maka data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada hasil berikut:

Gambar 4
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik *P-Plot*



Sumber: Data Diolah (2025)

4.3.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Persepsi manfaat (X_1)	0,621	1,610
Gaya Hidup (X_2)	0,616	1,623
Fitur layanan (X_3)	0,979	1,022

Sumber: Data Diolah (2025)

Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Data dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai (VIF) < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$. Dalam penelitian ini nilai Tolerance persepsi manfaat (X_1) adalah $0,621 > 0,1$ dan nilai VIF $1,610 < 10$. Dan Tolerance variabel Gaya Hidup (X_2) $0,616 > 0,1$

dan VIF $1,623 < 10$, serta Tolerance fitur layanan (X_3) $0,979 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $1,022 < 10$. Jadi dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terbebas dari gejala Multikolinearitas.

4.3.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

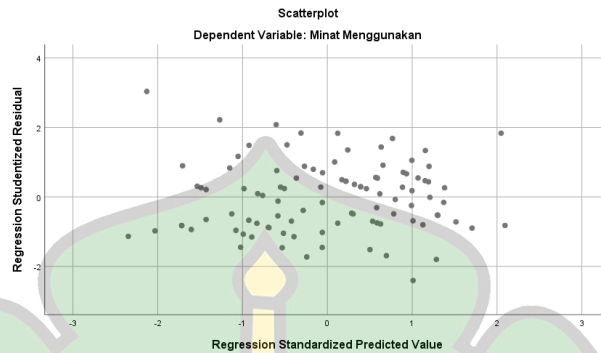
Untuk memastikan asumsi homoskedastisitas dalam model regresi terpenuhi, dilakukan uji heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dalam bentuk scatterplot serta pengujian glejser untuk memastikan hasil uji telah memenuhi ketentuan yang ada. Ketentuan dalam pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan scatterplot dan glejser diantaranya:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola beraturan atau menyebar tidak merata, maka dapat disimpulkan adanya heteroskedastisitas.
- 2) Sebaliknya, jika titik-titik menyebar secara acak tanpa pola yang jelas, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sedangkan dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

Gambar 4.
Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedestisitas



Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil yang dapat dilihat dari hasil penelitian ini, didapatkan nilai sig. $> 0,05$ serta hasil pada scatterplot menunjukkan penyebaran data dan tidak terdapat suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi ketentuan dalam uji heteroskedastisitas dan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.3.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda bertujuan untuk melihat dan mengetahui variabel independent yang dapat menentukan variabel dependen, di mana pada penelitian ini variable independent adalah variabel sosial budaya (X_1), gaya hidup (X_2), persepsi risiko (X_3). Sedangkan variabel dependennya adalah minat masyarakat Banda Aceh menggunakan QRIS (Y). Perhitungan analisis linier berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Adapun ringkasan

hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji *Parsial* (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.446	2.078		5.509	.000
	Persepsi manfaat	.274	.085	.286	3.239	.002
	Gaya Hidup	.534	.090	.528	5.958	.000
	Fitur layanan	.573	.075	.286	2.128	.036

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari hasil penelitian tersebut dapat dituliskan dalam bentuk matematis dari persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 - \beta_3 X_3 + e$$

Dengan persamaan tersebut maka dapat ditulis dengan:

$$Y = 11,446 + 0,274 X_1 + 0,534 X_2 - 0.073 X_3 + e$$

4.2 Hasil Uji Hipotesis

4.2.1 Hasil Uji *Parsial* (Uji t)

Uji *parsial* atau uji t dilakukan untuk melihat dan mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independent secara individual (*parsial*) terhadap variabel dependen. Adapun dalam pemilihan kriteria pengambilan keputusan Uji t adalah sebagai berikut:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dapat dilihat bahwa terlampir hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, di mana dapat dilihat dalam penjelasan berikut:

- a. Hasil uji parsial variabel Persepsi Manfaat (X_1), uji parsial pada hipotesis 1 diketahui bahwa Persepsi Manfaat (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,239 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($3,239 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Maka dari itu H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa Persepsi Manfaat (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND.
- b. Hasil uji parsial variabel Gaya Hidup (X_2), uji parsial pada hipotesis 2 diketahui bahwa gaya hidup (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,958 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($5,958 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dari itu H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa gaya hidup (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND.
- c. Hasil uji parsial variabel Fitur Layanan (X_3), uji parsial pada hipotesis 3 diketahui bahwa Fitur Layanan (X_3) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,267 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($3,267 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dari itu H_a diterima dan H_0 ditolak. artinya

bahwa Fitur Layanan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND.

4.3.9 Hasil Uji *Simultan* (Uji f)

Pada uji *simultan* (uji f) dikatakan berpengaruh apabila $\text{Sig.} < 0,05$ dan nilai f hitung $> f$ tabel. Di mana hasil pengujian uji *simultan* ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji *Simultan* (Uji f)

Variabel	<i>f</i> Hitung	Sig.	<i>f</i> Tabel
Persepsi manfaat, Gaya Hidup dan fitur layanan	38,113	0,000	2,700

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai Sig. yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 0,000 yang di mana $< 0,05$, dan nilai f hitung yang didapat dalam penelitian ini didapat kan $38,113 > 2,700$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini persepsi manfaat, Gaya Hidup dan fitur layanan berpengaruh *simultan* secara positif dan signifikan terhadap Minat masyarakat Bireun dalam menggunakan BYOND.

4.3.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.522	2.119
a. Predictors: (Constant), Persepsi manfaat, Gaya Hidup, fitur layanan				

Sumber: Data Diolah (2025)

Pada tabel 4.16 dapat dilihat hasil uji koefisien determinasi berganda dalam penelitian ini sebesar 0,522 atau 52,2 %. Yang di mana artinya bahwa persepsi manfaat, Gaya Hidup dan fitur layanan dalam penelitian ini dapat mempengaruhi Minat Masyarakat Bireun menggunakan BYOND dipengaruhi sebanyak 52,2%. Sedangkan 47,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti Persepsi risiko, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan dan variabel variabel lainnya.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Masyarakat Bireun Menggunakan BYOND

Berdasarkan hasil uji *parsial* pada variabel Persepsi Manfaat dapat disimpulkan bahwa secara *parsial* variabel Persepsi Manfaat (X_1) memperoleh nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,002 dan nilai signifikansi yang didapatkan lebih kecil dari 0,05. ($0,002 < 0,05$) yang berarti bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND By BSI. Lalu dari hasil pengujian tersebut juga didapatkan nilai t hitung sebesar 3,239 dan t tabel sebesar 1,985 sehingga t hitung $>$ t tabel dengan Koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat (X_1) dalam penelitian ini menghasilkan nilai sebesar 0,274.

Penelitian Igustina (2024), dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Pada Usaha Myrooms Printing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”. Persamaan pada skripsi peneliti dengan skripsi yang dilakukan oleh Igustina (2024) yaitu sama sama meneliti tentang QRIS dan variabel risiko. Yang

membedakan dengan penelitian peneliti yaitu pada beberapa variabel penelitian, peneliti menggunakan variabel Sosial Budaya dan Gaya Hidup.

4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Masyarakat Bireun Menggunakan BYOND

Berdasarkan hasil uji *t* (uji *parsial*) terhadap variabel Gaya Hidup (X2), dapat disimpulkan bahwa variabel ini secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Bireun dalam menggunakan BYOND. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga menunjukkan bahwa Gaya Hidup merupakan variabel yang signifikan. Selain itu, nilai *t* hitung sebesar 5,958 lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,985, yang memperkuat kesimpulan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan. Nilai koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 0,534 menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap minat masyarakat Bireun adalah positif dan cukup kuat.

Adapun penelitian Ramadhan, dkk (2023) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda” Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu pengujian yaitu SPSS. Persamaan pada skripsi peneliti dengan skripsi yang dilakukan oleh Ramadhan, dkk (2023) yaitu sama sama meneliti tentang QRIS dan Gaya Hidup. Yang membedakan dengan penelitian peneliti yaitu pada beberapa variabel penelitian, peneliti menggunakan variabel Sosial Budaya dan Persepsi Risiko.

4.4.3 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Masyarakat Bireun Menggunakan BYOND

Berdasarkan hasil uji t (uji *parsial*) terhadap variabel Fitur Layanan (X3), dapat disimpulkan bahwa variabel ini secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Bireun dalam menggunakan BYOND. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga menunjukkan bahwa Fitur Layanan merupakan variabel yang signifikan. Selain itu, nilai t hitung sebesar 3,267 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985, yang memperkuat kesimpulan bahwa Fitur Layanan berpengaruh secara signifikan. Nilai koefisien regresi variabel Fitur Layanan (X2) sebesar 0,437 menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap minat masyarakat Bireun adalah positif dan cukup kuat.

Selanjutnya penelitian Alaydrus (2021) dengan judul Pengaruh Kemudahan, Keunggulan Fitur, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi pada Bank BRI di Kota Malang). Dengan 100 responden, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan penelitian ini yaitu kemudahan (X1), keunggulan Fitur (X2), dan kepercayaan (X3), sedangkan variabel penggunaan layanan sebagai variabel Y. Berdasarkan temuan laporan ini, Kenyamanan, keunggulan fitur, dan kepercayaan semuanya berdampak positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh. Adapun hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Dari hasil *parsial* didapatkan nilai Sig. senilai $0,002 < 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($3,239 > 1,985$) sehingga melalui penelitian ini didapatkan bahwa persepsi manfaat secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND.
2. Dari hasil *parsial* didapatkan nilai Sig. senilai $0,000 < 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($5,958 > 1,985$) sehingga melalui penelitian ini didapatkan hasil bahwa gaya hidup secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND.
3. Dari hasil *parsial* didapatkan nilai Sig. senilai $0,036 < 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel ($-2,128 > -1,985$), namun berkorelasi negatif dengan nilai $-0,073$ sehingga berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini Fitur Layanan berpengaruh signifikan secara negatif terhadap minat masyarakat Bireun menggunakan BYOND.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, ada saran saran yang dapat diberikan peneliti, Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat: Diharapkan masyarakat semakin terbuka terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital seperti BYOND, khususnya

dengan memanfaatkan pengaruh sosial positif dan menyesuaikan gaya hidup yang modern serta efisien. Informasi serta edukasi mengenai keamanan BYOND juga perlu diperluas agar mengurangi kekhawatiran terkait risiko penggunaan.

2. Kepada pihak penyelenggara/penyedia jasa BYOND: tetap memerhatikan beberapa poin penting mulai dari hal kecil. Di mana, bagi penyedia diutuhkan layanan untuk meningkatkan promosi berbasis gaya hidup dan komunitas sosial, serta memperkuat kepercayaan masyarakat melalui fitur keamanan, edukasi digital, serta menjawab kekhawatiran masyarakat terhadap fitur layanan ada hal hal yang membuat masyarakat ragu untuk beralih dan memanfaatkan teknologi yang ada.
3. Bagi Peneliti selanjutnya: Disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan memperluas populasi, misalnya ke wilayah yang berbeda atau kelompok usia tertentu. Penambahan variabel seperti kepercayaan teknologi, literasi digital, atau pengalaman penggunaan BYOND juga dapat memberikan hasil yang lebih maksimal dan valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim dan Fifi Hanafia. (2020). Analisis CAR, BOPO, NPF, FDR, NOM, DAN DPK Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada Bank Syariah Di Indonesia.
- Adinda, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. *Contemporary Studies In Economic, Finance And Banking*, 1(1), 167–176. <https://doi.org/10.21776/csefb.2022.01.1.14>
- Alghifari, A. Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 223-236.
- Alsuykri, M.R. (2021). Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19. Skripsi, STIE Malangkececwara.
- Anisa, N. A., & Widjatkiko, A. G. (2020). Electronic Word of Mouth (E-WOM), Celebrity Endorsement dan Gaya Hidup pada Minat Beli Produk Online Shop. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(10), 1514–1522
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(1), 107–118. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>.
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(1), 107–118. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>

- Astasari, A. R., & Sahrah, A. (2006). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif pada Remaja Putri. Fakultas Psikologi Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta. 1-12.
- Astuti, R. D., & Wahyuni, S. (2020). No Title. 194–204.
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127–135.
- Aziz, M., Arifin, Z., Hwihanus, H., & Ratnawati, T. (2024). Pengaruh Sosial Budaya Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Pedagang terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai Metode Pembayaran Cashless. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(10), 3960-3966.
- Aziz, M., Arifin, Z., Hwihanus, H., & Ratnawati, T. (2024). Pengaruh Sosial Budaya Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Pedagang terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai Metode Pembayaran Cashless. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(10), 3960-3966.
- Bagus Prasasta Sudiarmika, N., & Ayu Oka Martini, I. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku Umkm Kota Denpasar Menggunakan Qris. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Cahyani, F.A., Saryadi & Nurseto, S. (2013) Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-8.
- Dewi, A. R. (2016). Analisis Persepsi Resiko (Risk Perception) Dan Sikap Resiko (Risk Attitude) Dengan Karakteristiknya Pada Wirausaha Wapemula.
- Effendi, Usman, (2016). Psikologi Konsumen, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Teknologi Readiness Terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standart (Studi kasus: Pengguna Aplikasi e-wallet, Go-pay, Dana, OVO. *Journal of Emerging Information Systeem and Business Intelligen (JEISBI)*, 85-93.
- Hanum, F., Rambe, B. H., Harahap, N. J., Prayoga, Y., & Pohan, M. Y. A. (2023). The Important Role of Adopting the Use of Technology in Universities after COVID-19: Application of the Technology Acceptance Model. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 10(1), 74-80.
- Hati, Shinta Wahyu., & Harefa, Windy Septiani. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). *JABA : Journal of Applied Business Administration*, 3(2), p. 281–295.
- Hayuni, Dinda. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Penggunaan E-Money Shopeepay Sebagai Alat Transaksi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Uin Suska Riau
- Herlambang. (2021). Pengaruh penggunaan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Terhadap Pengembangan UMKM diKota Medan.
- Jayanti, P. E., & Ariyanto, D. (2019). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, dan Kondisi yang Memfasilitasi pada Penerapan SIA di LPD Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(1), 534–567.
- Kamilah, L. K., Haryati, D., Arlita, W., Noviansyah, R. R., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Penggunaan QRIS Untuk Transaksi Pembayaran Pada UMKM. *Global: Jurnal Lentera Bitep*, 2(01), 16-21.
- Kholifah, N., & Yahya, A. (2023). *Analisa Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko terhadap Keputusan Menggunakan QRIS sebagai Alat Pembayaran pada Usaha Mikro di Kabupaten Pacitan* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).

- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kurniasari P.. & Priambada, S. (2018). Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya,. Jurnal Administrasi Bisnis. 58(2). <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/162989>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. Jurnal Riset Tindakan Indonesia , 1-6.
- Maharani, D., & Zain, A. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Ekonomi Keluarga dan Faktor Sosial Budaya Terhadap Peningkatan Pernikahan Dini Pada Masyarakat Muslim Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4192-4200.
- Marbun, A. N., Nasution, Y. S., & Harahap, I. (2023). Analisis Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS Terhadap Perkembangan Bisnis UMKM Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sibolga) . Jurnal Hukum Islam dan Humaniora, 361-372.
- Meirinda, U. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Budaya Konsumtif dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Terhadap Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia di Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-raniry).
- Muharam, R (2022) Analisis Penerapan Audit Internal Berbasis Risiko Dengan Mengadopsi Iso 27001 Dan Cobit 5 (Studi Kasus Pada Industri Business Process Outsourcing PT Metis), Repository Univesitas Nasional Pionir Perubahan, <http://repository.unas.ac.id/5141/>
- Munandar, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi Espresso”, Jurnal Visioner & Strategis 6, No. 1 (Maret 2017): 3.

- Munawwaroh, Z (2017), Analisis Manajemen Risiko Pada Pelaksanaan Program Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan, *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 14(2).
- Nainggolan, M., & Guterres, E. (2022). Analisis Kepuasan GEN Z Dalam Menggunakan QRIS di Kota Pematang Siantar. *Jurnal Ekonomi USI*.
- Nanda, T. S. F. ., Evriyenni, & Rahmi. (2023). Dampak Adopsi QRIS Pada UMKM Sektor Food and Beverage Di Banda Aceh. *urnal Imiah ahasiswa konomi an isnis slam*, 4(2), 92–98. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v4i2.435>
- Ningsih H.A., Sasmita, E.M., dan Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*. 4(1). pp 1-9.
- Nurhaeni, & Soleha, E. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Dompot Digital (Go- Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36–48. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard(Qris) Sebagai Alat Pembayaran Pada Usaha Myrooms Printing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah
- Permana, R., Attaullah, R., Pratiwi, Y., Yanti, S. A., Darmawan, A., & Nasution, D. P. (2024). Dampak implementasi QRIS terhadap perubahan sistem keuangan nasional. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(1), 218-227.

- Prasetyo, K. A. J. I. (2018) 'The Influence of Trust , Security and Service Quality toward Purchase Decision at Lazada', 1(2), pp. 18–22.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Putri, Y., Sholihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, 77-88.
- Radho, M., & Lestari, N. I. (2022). Students' Interest in Using the Quick Response Code Indonesian Standard Payment System for Vocational Education Program Students Serang Raya University. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan (KEBAN)*, 2(1), 21-31.
- Rahman, A. F. S. K., & Supriyanto, S. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1-21.
- Rahmat, A., Asyari, & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Rahmat, A., Asyari, & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162-170.
- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Vol 8 No. 1 Tahun 2021. 8(1), 40–48.
- Sari, P., & Salehudin. (2022). Quick Response Indonesia Standard: Does Goverment Support Contribute to Cashless Pyament System Long-term Adption? *Journal of Marketing Innovation*, 27-41.

- Sari, S., Sulistyaningrum, & Subarno. (2021). Optimalisasi Penerapan QRIS pada Merchant di Wilayah Surakarta. *JIKAP (jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 16-23
- Sianturi, C. M. PENGARUH FAKTOR SOSIAL BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN MEREK PRODUK.
- Sihaloho, Josef Evan. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 17, No. 2.
- Sinaga, E. M. C., & Putri, M. C. (2020). Formulasi Legislasi Perlindungan Data Pribadi dalam Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 237.
- Syaifuddin, A. F., Rahman, K., Baru, G., Kantor, I., Bank, P., & Solo, I. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Asjif*, 1(1), 1–21.
- Wardani, L. P. A. K., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 12(1), 254-263.
- Widanengsih, E. (2021). Technology Acceptance Model To Measure Customer ' S Interest To Use Mobile Banking. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 2(1), 73–82.
- Widiantari, K. S., Mahadewi, I. A. G. D. F., Suidarma, I. M., & Arlita, I. G. A. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 429–447.
- Yahya, I., & Putri, R.M. (2015). Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) pada Tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah di BRI Syariah KC Semarang. *Economica*, 60.

- Yuge Agung Heliawan, Ashari Mursito Wisnu, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo”, *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 18, No. 02, (2018): 176.
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 12(12), hlm 319-320
- Zanra, S., & Sufnirayanti, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 5(3), 177-192.
- Aini, S. N., & Ningseh, N. K. (2025). Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Mobile Banking (Byond) Pada BSI KC Basuki Rahmat Banyuwangi. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 19-22.

