

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN PEMBAYARANDIGITAL DI
SG CAFFE & RESTO PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**AHMAD PUTRA YUDHA NASUTION
NIM. 20 401 00024**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKHALI HASANAHMADADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN *DIGITAL* DI SG
CAFFE & RESTO PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**AHMAD PUTRA YUDHA NASUTION
NIM. 20 401 00024**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANG SIDEMPUAN
2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN *DIGITAL* DI
SG CAFFE & RESTO PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**AHMAD PUTRA YUDHA NASUTION
NIM. 20 401 00024**

Pembimbing I


Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261995032001

Pembimbing II


Irdi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032010

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANG SIDEMPUNAN
2024**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **AHMAD PUTRA YUDHA NASUTION**

Padangsidempuan, 08 September 2024 Kepada
Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
SYAHADA Padangsidempuan
Di- Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ahmad Putra Yudha Nasution** yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidempuan”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I


Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261995032001

Pembimbing II


Ildi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032010

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Putra Yudha Nasution
Nim : 2040100024
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 25 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Ahmad Putra Yudha Nasution

NIM. 20 401 00024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Putra Yudha Nasution
Nim : 2040100024
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Cofe & Resto"** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN Syahada Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal: 23 Juli 2024

g menyatakan



Ahmad Putra Yudha Nasution
NIM. 20 401 00024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Ahmad Putra Yudha Nasution
NIM : 2040100024
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto

Ketua

Sekretaris

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP.198705212015032004

Anggota

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, ME
NIP. 199302272019031008

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP.198705212015032004

Indri Aini, M.E
NIP. 198912252019032010

H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIP.196301071999031002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Ruang Sidang 3 Lantai 3
Tanggal : 08 Oktober 2024
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/72,25 (B)
Indesk Prediksi Kumulatif : 3,54
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran *Digital* Di SG Coffe & Resto Padangsidempuan**

Nama : **Ahmad Putra Yudha Nasution**
NIM : **20 401 00024**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,53**
Predikat : **Pujian**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 5 November 2024

Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Ahmad Putra Yudha Nasution

Nim : 20 401 00024

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidimpun.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat atau konsumen yang ada di SG Coffe & Resto Padangsidimpun. Terjadinya fenomena pada masyarakat/konsumen yang masih minim menggunakan pembayaran *digital*, meskipun sudah ada layanan *digital* yang diberikan oleh pihak produsen. Kurangnya memahami cara penggunaan dari pembayaran digital tersebut dan masalah keamanan bertransaksi juga mendapat kritikan di kalangan masyarakat, pasalnya uang yang masuk ke dompet digital bisa dimanipulasi sehingga masyarakat tidak percaya atau ragu terhadap keamanan dari pembayaran digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik), dan pengetahuan terhadap minat menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpun. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah metode angket/kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *incidental sampling* dengan jumlah sampel 96 sampel dengan pengolahan data menggunakan software SPSS versi 23. Teknik analisis data meliputi, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikoleniaritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji R^2 , Uji T dan Uji F. Berdasarkan hasil penelitian dari hasil uji t terdapat pengaruh variabel kemudahan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpun, terdapat pengaruh variabel kualitas layanan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpun, terdapat pengaruh variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpun, terdapat pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpun. Secara simulatan terdapat pengaruh kemudahanan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik), dan pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpun.

Kata kunci: Kemudahan, Kualitas Layanan, E-Trust, Pengetahuan, Minat Menggunakan.

Abstract

Name : Ahmad Putra Yudha Nasution

NIM : 20 401 00024

Title of Thesis : Factors Influencing Consumer Interest in Using Digital Payments at SG Coffee & Resto Padangsidimpuan.

This research was conducted on the community or consumers in Sugi Kopi & Resto Padangsidimpuan. There is a phenomenon in the community/consumers who still minimally use digital payments, even though there are digital services provided by the producers. Lack of understanding of how to use digital payments and transaction security issues have also received criticism from the community, because money that goes into a digital wallet can be manipulated so that people do not trust or doubt the security of digital payments. The purpose of this study was to determine whether there is an influence of convenience, service quality, e-trust (electronic trust), and knowledge on the interest in using digital payments at Sugi Kopi and Padangsidimpuan restaurants. This research is quantitative research. The data used is primary data. The data collection techniques used are questionnaires, interviews, and documentation. The sampling technique in this study was incidental sampling with a sample size of 96 samples with data processing using Statistical Product and Service Solutions software version 23. Data analysis techniques include, Validity Test, Reliability Test, Descriptive Analysis Test, Classical Assumption Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, R² Test, T Test and F Test. Based on the results of the study from the results of the t test, there is an influence of the convenience variable on consumer interest in using digital payments at Sugi Kopi & Resto Padangsidimpuan, there is an influence of the service quality variable on consumer interest in using digital payments at Sugi Kopi & Resto Padangsidimpuan, there is an influence of the e-trust variable (electronic trust) on consumer interest in using digital payments at Sugi Kopi & Resto Padangsidimpuan, there is an influence of the knowledge variable on consumer interest in using digital payments at Sugi Kopi & Resto Padangsidimpuan. Simultaneously, there is an influence of convenience, service quality, e-trust (electronic trust), and knowledge on consumer interest in using digital payments at Sugi Kopi & Resto Padangsidimpuan

Keywords: Convenience, Service Quality, E-Trust, Knowledge, Interest in Using.

الملخص

إسم : أحمد فؤاد يودا نسوتيون
رقم القيد : ٢٠٤٠١٠٠٠٢٤:
موضوع البحث : العوامل التي تؤثر على اهتمام المستهلك باستخدام المدفوعات الرقمية في مقهى ومطعم سوجي

تم إجراء هذا البحث على المجتمع أو المستهلكين في سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان . هناك ظاهرة في المجتمع/المستهلكين الذين ما زالوا يستخدمون المدفوعات الرقمية بشكل ضئيل، على الرغم من وجود خدمات رقمية يقدمها المنتجون. كما تلقى عدم فهم كيفية استخدام المدفوعات الرقمية وقضايا أمن المعاملات انتقادات بين الجمهور، لأنه يمكن التلاعب بالأموال التي تدخل في المحافظ الرقمية بحيث لا يصدق الناس أو تساورهم الشكوك حول أمان المدفوعات الرقمية. الهدف من هذا البحث هو معرفة ما إذا كان هناك تأثير على الراحة وجودة الخدمة والثقة الإلكترونية ومعرفة الاهتمام باستخدام المدفوعات الرقمية في سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان هذا البحث هو البحث الكمي. البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية. وكانت تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي الاستبيانات والمقابلات وطرق التوثيق. إن أسلوب أخذ العينات في هذا البحث هو أخذ العينات العرضية بحجم عينة يبلغ ٩٦ عينة مع معالجة البيانات باستخدام برنامج حلول المنتجات والخدمات الإحصائية الإصدار ٢٣. وتشمل تقنيات تحليل البيانات، اختبار الصلاحية، اختبار الموثوقية، اختبار التحليل الوصفي، اختبار الافتراض الكلاسيكي، اختبار الحالة الطبيعية. ، واختبار الخطية المتعددة، واختبار التغير، واختبار ٢، واختبار ت، واختبار ف. بناءً على نتائج البحث من نتائج اختبار ت، هناك تأثير لمتغير الراحة على اهتمام المستهلك باستخدام المدفوعات الرقمية في سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان هو تأثير متغير جودة الخدمة على اهتمام المستهلك باستخدام المدفوعات الرقمية في سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان ، هناك تأثير لمتغير الثقة الإلكترونية (الثقة الإلكترونية) على اهتمام المستهلك باستخدام المدفوعات الرقمية في سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان يوجد تأثير لمتغير المعرفة على اهتمام المستهلك باستخدام المدفوعات الرقمية في شركة سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان في الوقت نفسه، هناك تأثير للراحة وجودة الخدمة والثقة الإلكترونية (الثقة الإلكترونية) والمعرفة باهتمام المستهلك باستخدام المدفوعات الرقمية في سوجي مقهى ومطعم بادنج سيديمبوان

كلمة المفتاحي: الراحة، جودة الخدمة، الثقة الإلكترونية، المعرفة، الاهتمام بالاستخدام

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan peneliti skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insanmulia Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi WaSallam*, *figure* seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani, dan yang telah membawa ajaran Islam bagi seluruh penghuni alam.

Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syahada Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.

Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, serta seluruh civitas akademik UIN Syahada Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidempuan.
4. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si. selaku pembimbing I peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.
5. Ibu Ihdi Aini, M.E., selaku pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syahada Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta seluruh civitas akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan bantuan, ilmu pengetahuan, dorongan, dan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa peneliti sampaikan kepada kedua orang tua tercinta (Ibu Anni Kholila gultom) dan (Muhammad Yusuf Nasution) yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua ibunda tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
9. Untuk saudari Rohmatul Khoiriah serta adik saya Rahmi Hayati Nasution, Abdul Hasyim Nasution dan Zahroni Aminah Nassution yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan studi ini, serta memberi nasehat kepada peneliti dalam menjalani kehidupan yang lebih baik, dan mendukung peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat dan teman-teman semua yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi dan memberikan motivasi sampai skripsi ini selesai.
11. Serta Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah khususnya ruangan Perbankan Syariah-1, mahasiswa angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga selesai.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 23 Juli 2024

Peneliti,

Ahmad Putra Yudha Nasution
NIM. 2040100024

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṭ	·	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏ	·	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	ṣad	ṣ	s (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	· ʿ ·	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
— —	Kasrah	I	I
و	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي..	fathah danya	Ai	a dan i
و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.. َ ... َ ... َ ...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي.. ِ, ...	Kasrah dan ya		I dan garis di Bawah

		I	
و...	dommah dan wau	و	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

D. *Syaddah* (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti

oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalamsistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlakudalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Defenisi Operasional Variabel	9
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	15
1. Minat	15
a. Pengertian Minat	15
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	18
c. Indikator-Indikator Minat	19
2. Kemudahan.....	19
a. Defenisi Kemudahan	19
b. Indikator-Indikator Kemudahan	20
3. Kualitas Layanan	21
a. Pengertian Kualitas Layanan.....	21
b. Indikator-Indikator Kualitas Layanan	22
4. <i>E-Trust</i> (Kepercayaan Elektronik).....	23
a. Pengertian <i>E-Trust</i>	23
b. Indikator-Indikator <i>E-Trust</i>	23
5. Pengetahuan.....	24
a. Pengertian pengetahuan.....	24
b. Indikator-Indikator Pengetahuan	25
6. Pembayaran Digital	26
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pikir	41
D. Hipotesis	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	45
B. Jenis Penelitian	45
C. Populasi Dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel	46
D. Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data	47
E. Uji Instrumen	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji realibilitas	51
F. Teknik Analisis Data	51
1. Analisis Deskriptif	52
2. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Normalitas	52
b. Uji Multikolenieritas	53
c. Uji Heteroskedastisitas	53
3. Analisis Regresi Berganda	54
4. Uji Hipotesis	55
a. Uji Parsial (t)	55
b. Uji Simultan (f)	55
5. Uji koefisien Determinan (R^2)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
1. Sejarah Singkat SG Coffe & Resto	57
2. Visi dan Misi SG Coffe & Resto	58
B. Deskripsi Data Penelitian	58
C. Analisis Data	60
1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	60
2. Analisis Deskriptif	64
3. Uji Asumsi Klasik	65
a. Uji Normalitas	65
b. Uji Multikolinearitas	66
c. Uji Heteroskedastisitas	67
4. Uji Regresi Linear Berganda	67
5. Hasil Uji Hipotesis	70
a. Uji Parsial (Uji T)	70
b. Uji Simultan (Uji F)	71
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
D. Pembahasan Hasil Penelitian	73
E. Keterbatasan Penelitian	79

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	80
B. IMPLIKASI HASIL PEMBAHASAN	82
C. SARAN	82

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1 Skala Pengukuran.....	48
Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket variabel Minat Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital.....	49
Tabel III.3 Kisi-Kisi Angket variabel Kemudahan Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital.....	49
Tabel III.4 Kisi-Kisi Angket variabel Kualitas Layanan Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital.....	49
Tabel III.5 Kisi-Kisi Angket variabel <i>E-trust</i> Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital.....	49
Tabel III.6 Kisi-Kisi Angket variabel Pengetahuan Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital.....	49
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Kemudahan	60
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	61
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas <i>E-trust</i> (kepercayaan Elektronik).....	61
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Pengetahuan	62
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Minat.....	62
Tabel IV.6 Hasil Uji Realibilitas.....	63
Tabel IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	64
Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikoleniaritas	66
Tabel IV.10 Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel IV.11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	70
Tabel IV.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisiam Determinan (R^2).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	42
Gambar IV.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Responden	59
Gambar IV.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi tumbuh begitu cepat dan menjadi suatu hal yang tidak bisa dihindari sebab kemajuan teknologi berjalan beriringan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan peradaban manusia. Hampir setiap industri menggunakan teknologi untuk mempermudah pekerjaan, termasuk keuangan. Di Indonesia, sektor pembayaran memiliki Tingkat pertumbuhan yang tertinggi, dan metode pembayaran menjadi salah satu contohnya. Metode pembayaran digital merupakan metode pembayaran yang sangat populer dikalangan masyarakat umum saat ini.

Perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang demikian mengagumkan tersebut memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi manusia. Demikian juga ditemukannya formulasi-formulasi baru kapasitas komputer, seolah sudah mampu menggeser posisi kemampuan otak manusia dalam berbagai bidang ilmu dan aktivitas. Ringkasnya kata kemajuan teknologi saat ini benar-benar telah diakui dan dirasakan memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan umat manusia.¹

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam transaksi bisnis terutama dalam

¹ Muhammad Ngafifi, "kemajuan Teknologi dan Pola hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya," *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* Vol.2. No.1 (2019): hlm.34.

menjaga kesinambungan hubungan bisnis para pihak. Sistem pembayaran yang merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan telah berkembang, yang semula hanya menggunakan uang tunai, kini sudah merambah ke sistem pembayaran digital atau biasa disebut sebagai *digital payment (e-payment)*.² Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak menggunakan uang sebagai pembayaran melainkan dengan cara mentransfer antar bank ataupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit.

Digital payment atau e-paymant merupakan suatu metode pembayaran dalam suatu transaksi dengan menggunakan media elektronik. Metode pembayaran ini tidak membutuhkan uang kertas maupun cek sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Pengguna teknologi pembayaran *digital payment* saat ini sudah mulai berkembang pesat. Perkembangan sistem pembayaran ini sudah mengarah kepada layanan yang dapat memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi. *Digital payment* telah didorong oleh adopsi *smartphone* dimana masyarakat menggunakan *mobile* untuk membeli barang dan jasa.³

² Jefry, "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia," *Jurnal Al-Qard* Vol.4, no. No.1 (2019): hlm.9.

³ Suryanto, Herwan Muhyi Abdul, dan Poni Kurniati Sukaesi, "Penggunaan Digital Payment Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirusahaan* Vol.7, no. No.1 (2022): hlm.56.

SG Caffe & Resto merupakan sebuah caffe yang terletak di pusat kota yang ramai dikunjungi mulai dari orang dewasa maupun remaja . Caffe ini menyediakan berbagai jenis minuman dan makanan ringan untuk dinikmati oleh para konsumen. Sebagai bagian dari usaha mereka untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan, SG Caffe & Resto menyediakan layanan pembayaran digital, sehingga masyarakat/konsumen dapat membayar pesanan mereka dengan mudah melalui aplikasi atau platfrom pembayan digital. SG Caffe & Resto merupakan caffe yang meyediakan berbagai bentuk pembayaran digital.

Aplikasi pembayaran digital yang sekarang digunakan di caffe tersebut antara lain QRIS, DANA, dan Mobile Banking. Kegunaan aplikasi tersebut adalah untuk mempermudah masyarakat/konsumen dalam melakukan pembayaran

Minat memiliki kaitan erat rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Dalam dunia digital sendiri minat masyarakat/konsumen untuk menggunakan pembayaran *digital* juga sangat penting.

Pembayaran digital pada dasarnya mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, namun pada kenyataanya justru sebagian masyarakat menolak menggunakan pembayaran digital. Penolakan ini terjadi dikalangan masyarakat yang kurang memahami cara penggunaan pembayaran digital. Masalah

keamanan bertransaksi juga mendapat kritikan di kalangan masyarakat, pasalnya uang yang masuk ke dompet digital bisa dimanipulasi sehingga masyarakat tidak percaya atau ragu terhadap keamanan dari pembayaran digital.

Penolakan terhadap pembayaran *digital* terjadi karena adanya masyarakat/konsumen yang tidak mengerti tata cara penggunaan dari pembayaran *digital* tersebut sehingga membuat masyarakat enggan menggunakannya di dalam kehidupan sehari-hari.. Keamanan merupakan salah satu kenapa masyarakat enggan memakai pembayaran *digital* karena semua transaksi bisa saja di manipulasi, terlebih lagi privasi data yang ada di dalam pembayaran *digital* bisa saja di retas atau di hack oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, sehingga membuat masyarakat khawatir akan keselamatan uang yang telah disimpan dompet *digital* tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengacu dari beberapa penelitian sebelumnya dengan menggabungkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan pembayaran digital diantaranya ialah kemudahan. Kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Penelitian yang dilakukan oleh Panggabean Nur Azizah menggambarkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan Link aja Syariah.⁴ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indriani Putri

⁴ Nur Azizah Panggabean, "Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan e-wallet Syariah" (Skripsi, Padangsidempuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023), hlm.15-16.

menggambarkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan.⁵

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pak Rahmad selaku konsumen yang ada di SG Coffe & Resto beliau menyatakan bahwa dia tidak tertarik memakai pembayaran digital karna pembayaran digital tersebut dianggap sulit untuk digunakan.⁶ Kemudian wawancara yang dilakukan kepada bapak Sugi selaku *owner*/pemilik usaha dari SG Coffe & Resto beliau menyatakan bahwa pembayaran digital lebih praktis digunakan, namun terdapat masalah yang ditimbulkan dalam pembayaran digital seperti jaringan, salah input angka yang akan dibayar dan jeda waktu pembayaran yang agak lama dan terdapat kerugian berupa *piece*/potongan yang dibebankan kepada tempat usaha disaat transaksi. Di tempatnya atau di cafe tersebut kebanyakan anak-anak muda yang menggunakan pembayaran digital karna dinilai sangat membantu dalam bertransaksi.⁷

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan pembayaran digital adalah Kualitas Layanan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atau pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Indriani

⁵ Putri Indriani, “Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah” (Skripsi, Padangsidimpuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2022), hlm.82.

⁶ Yusuf, Wawancara dengan Pak Yusuf terkait pembayaran digital di SG Caffee & Resto, 19 Maret 2024.

⁷ Sugi, Wawancara dengan Pak Sugi selaku pemilik SG Caffee & Resto terkait pembayaran digital, 18 Maret 2024.

menggambarkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital.⁸ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Melani Kartika Wardani menggambarkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.⁹ Namun berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada saudari Khoiriah salah satu konsumen yang ada di cafe SG Coffe & Resto, dia menyatakan bahwa pembayaran digital memiliki akses pelayanan yang baik, dimana transaksinya yang begitu cepat, praktis dan efisien tanpa terkendala apapun.¹⁰ Sedangkan wawancara dengan saudara Bayu menyatakan bahwa pembayaran digital memiliki kekurangan, yang mana platform pembayaran digital memiliki tambahan biaya di dalam transaksinya.¹¹

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan pembayaran digital adalah *E-Turst*. *E-Trust* merupakan rasa yakin yang dimiliki konsumen terhadap Perusahaan yang menawarkan suatu produk maupun jasa secara online sehingga dapat dipercaya untuk memenuhi janji atau suatu harapan bagi pengguna.¹² Berdasarkan penjelasan diatas, maka kepercayaan didefenisikan bahwa pengguna atau konsumen percaya terhadap produk tersebut, maka konsumen akan menggunakan produk tersebut. Sama halnya dengan

⁸ Indriani, "Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah," 2022, hlm.18-19.

⁹ Melani Kartika Wardani, "Pengaruh Pembayaran Digital, E-Marketing, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian" (Skripsi, Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta, 2023), hlm.17.

¹⁰ Khoiriah, Wawancara dengan mahsiswi UIN SYAHADA di SG Caffe & Resto, 29 Desember 2023.

¹¹ Bayu, wawancara dengan saudara Bayu terkait pembayaran digital di SG Coffe & Resto, 29 Desember 2023.

¹² Yulfan arif Nurrohman, Rina Sari Qurniawati, dan Fahri Ali Ahzar, "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Mas Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya)," *Among Makarti* Vol.15. No.2 (2022): hlm.7.

pembayaran digital, ketika konsumen percaya terhadap pembayaran digital tersebut, maka penggunaanya akan memakainya sebagai alat pembayaran atau transaksi dalam jangka pendek ataupun jangka Panjang. Penelitian yang dilakukan oleh Yulfan Ari Nurohman, dkk menyatakan bahwa *e-trust* atau kepercayaan elektronik berpengaruh terhadap minat penggunaan.¹³ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putri Irawati dan Tasnim Muslihah menyatakan bahwa *e-trust* tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan LinkAja Syariah.¹⁴ Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada saudara Fahrul terkait dengan pembayaran digital menyatakan bahwa keamanan dari pembayaran digital dapat diretas, aplikasi dapat dimanipulasi, dan pin keamanan dapat di lacak dengan mudah sehingga keamanannya kurang terjamin sehingga membuatnya tidak begitu percaya akan keamanan pembayaran digital.¹⁵ Kemudian wawancara yang dilakukan kepada saudari Amira selaku konsumen di SG Caffe & Resto ia menyatakan bahwa pembayaran digital sangat berguna dan efisien serta keamanan dalam bertransaksi yang begitu baik.¹⁶

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-**

¹³ Yulfan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati, dan Fahri Ali Azhar, “Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Msyarakat Muslim Solo Raya),” *Jurnal Among Makarti* Vol.15, no. 2 (2022): hlm.12.

¹⁴ Putri Irawati dan tasnim Muslihah, “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah Bagi Masyarakat Solo Raya,,” *Jurnal Ekonomi Sakti* Vol.12, no. No.12 (2023): hlm.1.

¹⁵ Fahrul, wawancara degan saudara Fahrul terkait pembayaran digital di Padangsidempuan Utara, 29 Desember 2023.

¹⁶ Zizah, Wawancara yang diakukan dengan saudari zizah terkait pembayaran digital di bakso anda di Padangsidempuan Utara, 19 Maret 2024.

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL DI SG CAFFE & RESTO”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat di identifikasi masalah-masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang penggunaan dan manfaat pembayaran digital.
2. Masyarakat tidak mempunyai kepercayaan terhadap pembayaran digital.
3. Keterbatasan infrastruktur, di beberapa daerah atau tempat ketersediaan infrastruktur yang memadai untuk pembayaran digital mungkin masih terbatas. Misalnya, akses internet yang lambat atau tidak stabil.
4. Masalah yang ditimbulkan pembayaran *digital* seperti jaringan, salah input angka yang akan dibayar dan jeda waktu pembayaran yang agak lama dan terdapat kerugian berupa *piece*/potongan yang dibebankan kepada tempat usaha disaat transaksi.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih efektif, terarah serta dapat dikaji secara mendalam maka, perlu adanya batasan masalah. Adapun batasan masalah yang di teliti yaitu kemudahan, kualitas layanan, e-trust (kepercayaan elektronik), dan pengetahuan sebagai variabel independen dan minat dalam menggunakan pembayaran digital sebagai variabel dependen dan data diambil dari konsumen yang membeli/berbelanja di kecamatan Padangsidempuan Utara khususnya pada SG Caffe & Resto.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen SG Caffe & Resto Padangsidempuan dalam menggunakan pembayaran digital?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat konsumen SG Caffe & Resto Padangsidempuan dalam menggunakan pembayaran digital?
3. Apakah terdapat pengaruh *e-trust* terhadap minat konsumen SG Caffe & Resto Padangsidempuan dalam menggunakan pembayaran digital?
4. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen SG Caffe & Resto Padangsidempuan dalam menggunakan pembayaran digital?
5. Apakah terdapat pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* dan pengetahuan terhadap minat konsumen SG Caffe & Resto Padangsidempuan dalam menggunakan pembayaran digital?

E. Defenisi Operasional Variabel

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Minat (y)	Minat adalah ketertarikan atau kecendrungan seseorang	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Ordinal

	terhadap suatu hal aktivitas tertentu. ¹⁷		
Kemudahan (x ₁)	Kemudahan penggunaan merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi beban usaha dirinya dalam mengejar sesuatu. ¹⁸	1. Mudah dipelajari 2. Fleksibel 3. Mengontrol Pekerjaan.	Ordinal
Kualitas Layanan (x ₂)	Kualitas layanan merupakan Tingkat keunggulan yang diharapkan atau pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi	1. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>)	Ordinal

¹⁷ “Pengertian Minat Menurut Para Ahli dan Jenis-jenisnya | kumparan.com,” diakses 19 Maret 2024, <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-minat-menurut-para-ahli-dan-jenis-jenisnya-21SAyxmXoJt>.

¹⁸ Nur Azizah Panggabean, “Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan e-wallet Syariah” (Skripsi, Padangsidempuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023), hlm.9.

	keinginan konsumen. ¹⁹		
<i>E-Trust</i> (kepercayaan elektronik) (x ₃)	<i>E-trust</i> merupakan rasa yakin yang dimiliki konsumen terhadap perusahaan yang menawarkan suatu produk maupun jasa secara online sehingga dapat dipercaya untuk memenuhi janji sesuai harapan pengguna. ²⁰	1. Ability (kemampuan) 2. Predictability (prediktabilitas) 3. Benevolence (kebajikan) 4. Integrity (integritas)	Ordinal
Pengetahuan (X ₄)	pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian atau sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal mata Pelajaran. ²¹	1. Tahu (know) 2. Memahami (comprehension) 3. Aplikasi (application) 4. Analisis (analysis) 5. Sintesis (synthesis) 6. Evaluasi (evaluation)	Ordinal

¹⁹ Putri Indriani, "Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah" (Skripsi, Padangsidimpuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2022), hlm.18.

²⁰ Nurrohman, Qurniawati, dan Ahzar, "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Mas Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya)," hlm.7-8.

²¹ Karman Pribowo, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta)" 1, no. 3 (2023): hlm.9.

F. Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah diterangkan pada bagian rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- 1 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat masyarakat/konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.
- 2 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat masyarakat/konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.
- 3 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-trust* terhadap minat masyarakat/konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.
- 4 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat/konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.
- 5 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust*, dan pengetahuan terhadap minat masyarakat/konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Empiris

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan sebagai referensi dan sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen menggunakan pembayaran digital dalam berbelanja di Padangsidimpuan Utara dan juga sebagai masukan bagi pengembangan peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi akademik

Secara akademik penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi penulis dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan peneliti lebih lanjut.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman skripsi. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari kerangka teori, kajian/penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis antara lain adalah Lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrument dan Teknik pengumpulan data, uji instrument (validitas dan realibilitas), dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, implikasi hasil pembahasan, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut KBBI minat adalah kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah dan keinginan.²² Minat adalah rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.²³

Adapun menurut Philip Kotler (2008), minat beli didefenisikan sebagai sesuatu yang muncul akibat stimulus atau rangsangan dari produk yang dilihat yang kemudian mengakibatkan timbulnya ketertarikan untuk mencoba produk tersebut agar dapat memilikinya.²⁴

Adapun minat penggunaan yang didefenisikan oleh Jati (2012), minat penggunaan teknologi informasi sebagai tingkat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus

²² “Arti Kata ‘minat’ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia | KBBI.co.id,” diakses 9 Agustus 2024, <https://kbbi.co.id/arti-kata/minat>.

²³ Iin Soraya, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta SMART CITY,” *Jurnal Komunikasi* Vol.6, no. No.1 (2019): hlm.11.

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: indeks, 2008), hlm.18.

menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi. Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim.²⁵

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah teori yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang diperkenalkan oleh Azen dan Fishbein pada tahun 1980, dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang di desain guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi.²⁶

Konsep dasar *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami dan memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).

²⁵ Leoni Joan dan Tony Sitinjak, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay," *Jurnal Manajemen* Vol.8, no. No.2 (2019): hlm.3.

²⁶ "Model penerimaan teknologi," dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, 20 Desember 2023, https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Model_penerimaan_teknologi&oldid=25037196.

TAM merupakan kerangka kerja yang cukup sederhana namun kuat dalam memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. TAM dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, sehingga organisasi dapat merancang teknologi yang lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam konteks pengembangan perangkat lunak, TAM dapat digunakan untuk memastikan bahwa perangkat lunak dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan dapat membantu pengguna dalam melakukan tugas-tugas mereka.

Technology Acceptance Model (TAM) diuji secara ekstensif menggunakan ukuran sampel dan kelompok pengguna yang berbeda di dalam atau di seluruh organisasi, dianalisis dengan alat statistik yang berbeda, dan dibandingkan dengan model yang bersaing.²⁷ Teori TAM memiliki 2 faktor utama yaitu, *Perceived usefulness* adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka atau mencapai tujuan mereka. *Perceived usefulness* dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.²⁸ *Perceived ease of use* adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan.

²⁷ “Teori Dasar Technology Acceptance Model,” diakses 27 Maret 2024, https://www.researchgate.net/publication/369378395_Teori_Dasar_Technology_Acceptance_Model.

²⁸ Risky Sotem Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: Seribu Bintang, 2022).hlm.22.

Perceived ease of use dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Kemudahan, yakni tingkat dimana seseorang meyakini bahwa teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.
- b) Kualitas Layanan, yakni Tingkat keunggulan yang diharapkan atau pengendalian atas Tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen.
- c) *E-Trust* (Kepercayaan Elektronik), yakni rasa yakin yang dimiliki konsumen terhadap perusahaan yang menawarkan suatu produk maupun jasa secara *online* sehingga dapat dipercaya untuk memenuhi janji sesuai harapan bagi pengguna.
- d) Pengetahuan, yakni segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran).

c. Indikator- Indikator Minat

Terdapat beberapa indikator-indikator minat penggunaan, yaitu:

29

- a) Minat transaksional, yakni kecenderungan minat konsumen seseorang dalam membeli atau menggunakan ulang suatu produk kepada orang lain.
- b) Minat referensial, yakni kecenderungan minat seseorang untuk mereferensikan suatu produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yakni kecenderungan mengenai minat perilaku yang mempunyai prioritas utama terhadap suatu produk yang diminatinya.
- d) Minat eksploratif, yakni kecenderungan mengenai minat perilaku seseorang yang hendak mencari tahu informasi tentang produk yang diminati untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2. Kemudahan

a. Defenisi Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefenisikan sebagai tingkat Dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

²⁹ Widianingrum, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah." (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2021), hlm.23-24.

Adapun menurut davis (1998) kemudahan adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. *Perceived ease of use* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya.³⁰

Kemudahan penggunaan merupakan sebuah ukuran dimana seseorang memiliki kepercayaan bahwa komputer atau teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan untuk membantu pekerjaan tertentu.

b. Indikator – Indikator Kemudahan

Adapun indikator dari kemudahan antara lain³¹:

1) Mudah dipelajari.

Merupakan tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun.

2) Fleksibel.

Merupakan kemampuan organisasi dalam menyikapi atau merespon terhadap perubahan terhadap perubahan lingkungan, baik internal maupun eksternal.

3) Mengontrol Pekerjaan

Merupakan kemampuan untuk memberikan kontrol terhadap pekerjaan dengan skil yang spesifik untuk memenuhi tugas .

³⁰ Sotear Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022), hlm.7.

³¹Nur Azizah Panggabean, “Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan e-wallet Syariah” (Skripsi, Padangsidempuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023), hlm.16-18.

3. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atau pengendalian atau pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi Perusahaan.

Adapun menurut Kotler, Kualitas Layanan (Service Quality) adalah perbandingan dari kualitas yang diterima pelanggan (perceived quality), yaitu setelah pelanggan menerima layanan, dengan kualitas yang diharapkan (expected quality). Artinya jika layanan yang diterima memiliki nilai lebih rendah dari pada layanan yang diharapkan, maka keinginan (interest) pelanggan akan berkurang.³²

Dalam hal penggunaan pembayaran digital kualitas layanan mengacu pada kualitas layanan yang disediakan dalam melakukan transaksi. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan dalam menggunakan pembayaran *digital*.

³² Fery Siswadi, Hari Muharam, dan Sufrin Hannan, "Pengaruh Kuallitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor)," *Jurnal Pustakawan Indonesi* Vol.18, no. No.1 (2019): hlm.4.

b. Indikator – Indikator Kualitas Layanan

Indikator kualitas layanan dalam pembayaran *digital* memiliki beberapa aspek³³:

1). Bukti Langsung (*Tangible*)

Merupakan kemampuan suatu Perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

2). Keandalan (*Realiability*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

3). Ketanggapan (*Responsiveness*)

Merupakan daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sugap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

4). Jaminan (*Asurance*)

Merupakan kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

³³ Indriani, “Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah,” 2022, hlm.18.

5). Empati (*Empathy*)

Merupakan kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian seara pribadi kepada pelanggan.

4. *E-Trust* (Kepercayaan Elektronik)

a. Pengertian *E-trust*

Menurut Fukuyama (1995), kepercayaan merupakan harapan yang muncul dari dalam masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, serta kerjasamaa berdasarkan norma-norma yang diyakini bersama.³⁴ Adapun menurut Liani dan Yusuf (2021) e-trust merupakan keyakinan konsumen terhadap penyedia produk atau jasa bahwa mereka dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya sesuai dengan harapan konsumen secara online.³⁵

b. Indikator – Indikator *E-trust*

Adapun indikator-indikator kepercayaan digital meliputi³⁶:

1. *Ability* (kemampuan)

Yaitu bagaimana perusahaan mampu menyediakan, melayani sampai mengamankan segala proses transaksi sampai semuanya selesai.

2. *Predictability* (prediktabilitas)

³⁴ Fukuyama Francis, *Trust kebijakan Sosial dan Penciptaan kemakmuran* (Yogyakarta: Qalam, 1995), hlm.24.

³⁵ Anisa Mauta Liani dan Abdul Yusuf, “Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh ESatisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay,” *Journal of Management* Vol.4, no. No.1 (2021): hlm.5.

³⁶ Putri Indriani, “Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah” (Skripsi, Padangsidempuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2022), hlm.19-20.

Yaitu konsumen dapat memprediksi bahwa tidak ada sesuatu yang tidak diharapkan akan terjadi ketika menggunakan layanan atau produk dari perusahaan.

3. *Benevolence* (Kebajikan)

Yaitu itikat baik perusahaan dalam meyakinkan dan memberikan rasa nyaman dan aman bagi pelanggannya.

4. *Integrity* (integritas)

Yaitu bagaimana kebiasaan atau tindakan dari perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Kualitas produk atau layanan apakah dapat dipercaya atau tidak.

5. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui, kepandaian atau sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata Pelajaran).

Menurut Ngatimin (1990), pengetahuan adalah sebagai ingatan atas bahan-bahan yang telah di pelajari dan mungkin ini menyangkut tentang mengikat Kembali sekumpulan bahan yang luas dari hal-hal terperinci oleh teori, tetapi apa yang diberikan menggunakan ingatan akan keterangan yang sesuai. Sedangkan menurut Notoatmojo (2012) pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu. Penginderaan

terjadi melalui panca indera manusia yaitu: indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.³⁷

b. Indikator – Indikator Pengetahuan

Adapun indikator pengetahuan yaitu:³⁸

1.) Tahu (*know*)

Merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah diartikan mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya untuk mengukur bahwa orang tahu tentang sesuatu dengan menggunakan kata kerja antara lain menyebutkan, mendefinisikan, menguraikan dan sebagainya.

2.) Memahami (*comprehension*)

Merupakan suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Bila telah paham secara objek, maka kita harus menjelaskan, menerangkan, menyebutkan contoh, menyimpulkan dan meramalkan terhadap objek yang dipelajari.

3.) Aplikasi (*application*)

Merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.

³⁷ I Yawan Wahyudi dan A.A komang Suardana, *Ilmu Alamiah Dasar* (Denpasar: UNHI Press, 2019), hlm.1.

³⁸ I Yawan Wahyudi dan A.A komang Suardana, *Ilmu Alamiah Dasar* (Denpasar: UNHI Press, 2019), hlm.3.

4.) Analisis (*analysis*)

Merupakan suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau objek ke dalam komponen-komponen tertentu, tetapi dalam struktur organisasi tersebut dan mempunyai hubungan satu sama lain.

5.) Sintetis (*synthesis*)

Merupakan suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian didalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

6.) Evaluasi (*evaluation*)

Merupakan kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap suatu materi atau objek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

6. Pembayaran Digital

Pada masa perkembangan teknologi digital saat ini, masyarakat harus bisa memanfaatkan teknologi dengan baik. Islam adalah agama yang sangat menghargai ilmu pengetahuan, termasuk teknologi, yang membantu perkembangan ilmu pengetahuan. Dompot digital dan E-Money, ialah dua contoh financial technology yang dikenal dengan Fintech, dapat memudahkan individu untuk melakukan transaksi kapan saja dan dari mana saja.³⁹ Dalam Al-Qur'an juga menegaskan bahwa manusia adalah khilafah di Bumi dan bahwa Allah telah memberi mereka posisi ini sehingga mereka dapat

³⁹ Baghas Siwi Wicaksono, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Dalam Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Studi Kasus organisasi FoSSEI Regional Jawa Tengah)" (Skripsi, Semarang, UIN Walisongo Semarang, 2023), hlm.18.

menggunakannya dengan baik. Hal ini juga dijelaskan di Al-Qur'an pada Q.S Al-Baqarah:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya: "Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi." Mereka berkata, "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?" Dia berfirman, "Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".⁴⁰

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang mudah dan tidak mempersulit umatnya, termasuk dalam menggunakan teknologi. Islam membolehkan umatnya untuk menggunakan teknologi selama penggunaannya diperuntukkan untuk hal-hal yang benar tidak merusak dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Ayat tersebut juga menunjukkan bahwa manusia harus mengambil manfaat dari perkembangan teknologi. Sebuah teknologi harus dapat memudahkan kehidupan manusia di samping menawarkan keuntungan. Islam adalah agama sederhana yang tidak mempersulit umatnya terlebih dalam penggunaan teknologi. Teknologi boleh digunakan oleh umat Islam selama digunakan dengan cara yang bermoral, tidak merugikan orang lain, dan tidak melanggar syariat Islam.

Pembayaran digital merupakan teknologi yang memberikan pemikiran baru kepada masyarakat tentang pembayaran nontunai, yang secara signifikan

⁴⁰ Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: CV. Pustaka Agung, 2006).

lebih bermanfaat lebih aman dalam bertransaksi. Beberapa orang mengaitkan pembayaran digital dengan dompet atau uang seluler yang dapat digunakan untuk membayar berbagai transaksi yang tersedia. Jaringan komputer dan sistem digital ada dua jenis pembayaran elektronik yang paling umum, juga disebut dengan uang digital. Pembayar dan penerima menggunakan menggunakan mode digital untuk mentransfer dan menerima uang selama transaksi pembayaran. Transaksi online digunakan untuk semua pembayaran digital.⁴¹

Digital payment atau pembayaran digital adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana dalam pembayaran secara elektronik tersebut uang tersimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik.⁴²

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan *Digital Payment* antara lain sebagai berikut:

- 1) Kelebihan. Pembayaran digital praktis digunakan, pengguna tidak perlu repot-repot membawa uang tunai dalam bentuk fisik atau dalam jumlah yang besar, serta tidak perlu lagi menyiapkan uang pecahan untuk kembalian. Pembayaran digital juga mudah digunakan, pengguna hanya perlu mengoperasikannya melalui smartphone. Mempercepat

⁴¹ Ervandy Kurniawan, Syafira Sardini, dan Purnama Ramadani Silalahi, "Analisis Minat Penggunaan Digital Payment Di Kota Medan," *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* Vol.1. No.1 (2023): hlm.7.

⁴² Dian Dinata Houston, "Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada kalangan Milenial," *Jurnal Mendium* Vol.7. No.2 (2019): hlm.58.

transaksi juga merupakan kelebihan pembayaran digital karena pengguna tidak perlu ikut dalam antrian Panjang. Dan terakhir, penggunaan pembayaran digital juga dapat membantu dalam menjaga kestabilan sistem keuangan.

- 2) Kelemahan Pembayaran digital adalah perlunya sosialisasi bagi masyarakat mengenai pembayaran digital. Hal ini disebabkan oleh masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan memahami penggunaannya. Pembayaran digital juga tidak bisa sepenuhnya menghilangkan penggunaan uang fisik karena masih banyak tempat pembelanjaan yang menggunakan uang fisik sebagai pembayarannya sebagai antisipasi jika layanan pembayaran digital mengalami gangguan. Terbatasnya infrastruktur juga merupakan kelemahan dari pembayaran digital karena tidak semua tempat belanja menyediakan fasilitas pembayaran secara digital.⁴³

Digital Payment memiliki beberapa alat pembayaran. Adapun beberapa alat pembayaran digital sebagai berikut:

- 1) OVO

OVO adalah aplikasi smart yang memudahkan dalam bertransaksi. OVO merupakan produk yang dibuat oleh PT Visionet Internasional tahun 2016 dan resmi diluncurkan pada bulan maret 2017, yang memberikan pelayanan keuangan digital di Indonesia yang membuat pengguna mudah

⁴³ "Edukasi dan Literasi," diakses 19 Maret 2024, <https://www.bi.go.id/id/Pelindungan-Konsumen/Edukasi-dan-Literasi/Default.aspx>.

untu bertransaksi dan dibuat dengan tujuan untu memudahkan pengguna. OVO memiliki banyak layanan yang memudahkan penggunanya. Aplikasi OVO memberikan pelayanan pembayaran dengan bekerjasama dengan PLN, Provider Telekomunikasi, BPJS, TV Kabel, Asuransi, *Beauty, food and Beverages, Parkir Mall, Fashion* dan Transportasi. Selain sebagai aplikasi pembayaran, OVO memberikan layanannya yaitu layanan cicilan pembayaran dan layanan pengontrol transaksi belanja. Layanan cicilan atau OVO *paylater* merupakan layanan cicilan yang ditawarkan oleh OVO dengan membayar kembali ke OVO diakhir bulan. Selain itu, layanan pengontrol transaksi atau OVO *Budget* merupakan layanan yang membantu pengguna untuk mencatat belanja secara otomatis.

2) DANA

DANA merupakan *platfrom* pembayaran digital yang dapat digunakan untuk segala transaksi online. Aplikasi ini dibuat oleh PT Espay Debit Indosnesia Koe, bekerjasama dengan Ant Finansial (Alipay) dan Emtek Group. Aplikasi DANA adalah aplikasi yang dibuat dengan tujuan agar Masyarakat Indonesia dapat dengan mudah melakukan transaksi non-tunai dan non-kartu. Beberapa layanan DANA adalah transaksi *e-commerce*, top up pulsa pembayaran tagihan Listrik, serta transaksi lainnya. DANA juga memberikan penawaran kemudahan dengan melakukan transaksi melalui *scan code QR* menggunakan saldo DANA atau kartu Bank. Dana sudah terhubung langsung oleh sejumlah layanan online seperti Bukalapak, Tix, id, Lazada, Mobile Legend, Unipln, Parkee, BPJS, dan layanan online

lainnya. Sedangkan untuk pelayanan nofile DANA bekerja sama dengan Ramayana, KFC, Wendy's, Domino's, Pizza, Gulu Gulu, dll. Dana juga bekerjasama dengan Alfamart, BCA, BTPN, MANDIRI, ATM Bersama, Maybank, dll.⁴⁴

3) GO-PAY

Go-Pay merupakan salah satu sarana penyimpanan uang elektronik sebagai media pembayaran bagi pengguna aplikasi Go-Jek seperti GO-Food, Go-Ride, Go-Box, Go-Send, Go-Massage dan lainnya yang ada dalam aplikasi Go-jek, sehingga pengguna aplikasi Go-Jek tidak perlu lagi menggunakan uang tunai Ketika bertransaksi saat menggunakan aplikasi Go-Jek. Dalam menggunakan Go-Pay, tarif transport yang didapatkan lebih murah dibandingkan dengan pembayaran tunai.

Go-Pay merupakan salah satu pembayaran online yang bisa digunakan bertransaksi secara online maupun offline seperti bertransaksi secara *cash*. Sampai sekarang Go-Pay menjadi salah satu alat pembayaran yang didirikan Go-Jek yang Dimana tidak hanya digunakan sebagai pembayaran yang menggunakan fasilitas Go-Jek melainkan bisa digunakan sebagai alat pembayaran offline.

Go-Pay dalam bertransaksi yang diatur oleh BI dalam aturan Bank Indonesia Nomor 18/PBI/2016 yaitu dalam penyelenggaraan dalam pemrosesan transaksi pembayaran yaitu layanan elektronik guna

⁴⁴ Riska, "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam)" (Skripsi, PAREPARE, IAIN PAREPARE, 2022), hlm.14-15.

menyimpan data pembayaran antara lain alat pembayaran menggunakan kartu atau kartu elektronik yaitu yang bisa untuk menampung dana guna bisa melakukan pembayaran.⁴⁵

4) *Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS)*

Standar kode QR nasional yang dikenal dengan QRIS (*Quick Reasponce Indonesia Standart*) diluncurkan pada 17 Agustus 2019, oleh Bank Indonesia bekerjasama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Telah resmi sejak 1 Januari 2020, dengan tema UNGGUL, yang merupakan singkatan dari Universal, Gampang, Untung dan Langsung. Harapannya dengan adanya QRIS ini transaksi lebih efisien atau murah, inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, UMKM dapat maju dan bisa mendorong pertumbuhan ekonomi.

Transaksi dapat digunakan dengan minimal transaksi Rp. 1- Rp. 1.000 dan maksimal transaksi Rp. 2.000.000 per tansaksi. Penyedia aplikasi pembayaran juga dapat menetapkan batas komulatif harian dan/atau bulanan untuk transaksi QRIS oleh pengguna. Bank Indonesia meluncurkan QRIS dengan tujuan untuk mengefektifkan transaksi keuangan elektronik dan digital. Hal ini dimungkinkan karena standar QRIS yang digunakan dalam pembayarann *QR Code* di took, merchant, warung, parkir, tiket

⁴⁵ Neti Ismaya, "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Pengguna Uang Elektronik GOPAY Pada Masyarakat Kota Klaten" (Skripsi, Surakarta, UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA, 2023), hlm.19-20.

wisata, dan donasi dapat dibaca oleh masing-masing aplikasi dari masing-masing alat pembayaran penerbit.⁴⁶

5) *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang disediakan oleh bank melalui media telepon genggam. Hampir sama seperti *internet banking* yang menyebabkan nasabah tidak perlu ke bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pesan singkat (sms) ke pusat layanan yang disediakan oleh bank.

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan di instal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga tujuan SMS banking.⁴⁷

B. Kajian/Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat judul peneliti, maka penelitian ini menampilkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis factor yang mempengaruhi

⁴⁶ Baghas Siwi Wicaksono, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Dalam Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Studi Kasus Organisasi foSSEI Regional Jawa Tengah)" (Skripsi, Semarang, UIN Walisongo Semarang, 2023), hlm. 21-22.

⁴⁷ Rizka Ayu Permatasari, "Minat Penggunaan Internet Banking Dan Mobile Banking Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro" (Skripsi, METRO, IAIN METRO, 2019), hlm.38-39.

minat pengguna dalam mengadopsi pembayaran digital yang dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Nama Jurnal/Skripsi	Hasil
1	Pengaruh digital Payment Dan E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Pada Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi)	Permatasari wulan	Skripsi, Siliwangi, Universita Islam Siliwangi (2023)	Disimpulkan bahwa kedua variabel independent berpengaruh terhadap prilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Silinwangi, baik secara parsial maupun simultan sehingga semua hipotesis pada penelitian ini diterima. ⁴⁸
2	Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan E-wallet Syar iah	Panggabean Nur Azizah	Skripsi, Padangsidimpuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (2023)	Berdasarkan hasil dari penelitian ini hasil dari uji parsial tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan

⁴⁸ Wulan Permatasi, “Pengaruh Digital Payment dan E-commerce Terhadap Prilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi)” (Skripsi, Siliwangi, Universita Islam Siliwangi, 2023), hlm.17.

				Link aja Syariah. Berdasarkan dari uji parsial terdapat pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan mahasiswa dadlam menggunakan link aja syariah. Sedangkan hasil uji simultan seluruh variabel independen kemudahan dan kebermanfaatan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan e-wallet link aja syariah. ⁴⁹
3	Dreterminan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan syariaiah	Indriani, Putri	Skripsi, Padangsidimpuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (2022)	Secara parsial variabel independen kualitas layanan dan promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi

⁴⁹ Panggabean, "Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan e-wallet Syariah," 2023, hlm.82.

				perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan dan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan . Sedangkan secara simultan variable kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan . ⁵⁰
4	Pengaruh Digital Payment Terhadap	Khoyatu Rizkiyah dkk	Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol.16. No.1 (2021): hlm.5	Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa digital

⁵⁰ Putri Indriani, “Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah” (Skripsi, Padangsidimpuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2022), hlm.89.

	Prilaku Konsumen Pengguna Platfrom Digital Payment OVO			payment berpengaruh positif terhadap prilaku konsumen. ⁵¹
5	Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Masyarakat Muslim Solo Raya)	Yulfan Arif dkk	Jurnal Among Makarti.Vol.15. No.2 (2022):hlm.9	Disimpulkan bahwa ketiga variabel independen persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, kualitas layanan digital, dan e-trust berpengaruh terhadap minat ulang masyarakat Muslim Solo Raya untuk tetap melakukan transaksi secara digiyal meskipun pandemi covid-19 sudah mengalami penurunan secara signifikan. ⁵²
6	Preferenssi Konsumen dalam Menggunakan Quik	Oktoviana Banda	Jurnal Kinerja Unmul. Vol.17.No.2 (2022): hlm.9	Berdasarkan uji simultan disimpulkan bahwa satu variabel

⁵¹ Khoyatu rizkyah dkk., “Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumen Pengguna Platfrom Gigital Payment OVO,” *Jurnal Ilmiah manajemen* Vol.16. No.1 (2021): hlm.5.

⁵² Yufan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati, dan Fahri Ali Azhar, “Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Msyarakat Muslim Solo Raya),” *Jurnal Among Makarti* Vol.15. No. 2 (2022): hlm.9.

	Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital			independen yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan qris sebagai alat transaksi pembayaran digital, sedangkan pengujian secara parsial diperoleh bahwa factor persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mebggunakan qris, sedangkan persepsi lainnya di peroleh hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan qris. ⁵³
7	Pengaruh penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Prilaku Beralih Di	Rasistia	Jurnal Telah Bisnis. Vol.21. No.2 (2020): hlm.17	Penggunaan sistem pembayaran elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap niat beralih dan niat

⁵³ Oktoviana Banda Saputri, "Preferensi Konsumen Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standar (Qris)," *Jurnal Kinerja Unmul* Vol. 17. No.2 (2022): hlm.9.

	Era Pandemi Covid-19			beralih dari sistem pembayaran konvensional menuju pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berpindah dari sistem pembayaran konvensional menuju pembayaran digital. ⁵⁴
--	----------------------	--	--	---

Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama wulan permata sari yang berjudul Pengaruh digital Payment Dan E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Pada Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi) yaitu sama-sama meneliti pembayaran digital atau digital payment. Perbedaannya pada variabel independent lainnya pada penelitian ini yaitu kemudahan, kualitas layanan, e-trusts dan pengetahuan dan pada variabel dependen pada penelitian ini yaitu minat.

Persamaan peneltian ini dengan penelitian atas nama Nur Azizah Panggabea yang berjudul Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan E-wallet Syariah sama menggunakan kemudahan

⁵⁴ Rasista, "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap perilaku Beralih Di Era Pandemi Covid019," *Jurnal Telah Bisnis* Vol.21. No.2 (2020): hlm.17.

sebagai variabel independen. Perbedaannya pada variabel independent lainnya, pada penelitian ini kualitas layanan, e-trust dan pengetahuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Putri Indriani yang berjudul Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan syariah sama-sama menggunakan minat sebagai variabel dependen. Perbedaannya pada variabel independent lainnya, pada penelitian ini yaitu kemudahan, kualitas layanan, e-trust dan pengetahuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama khoyatu Riskiyah Dkk yang berjudul Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumen Pengguna Platfrom Digital Payment OVO sama-sama meneliti tentang digital payment atau pembayaran digital. Perbedaannya pada variabel dependen dan independen, pada penelitian ini yaitu minat sebagai variabel dependen dan kemudahan, kualitas layanan, e-trust dan pengetahuan sebagai variabel independent.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Yulfan Risky Dkk yang berjudul Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Masyarakat Muslim Solo Raya sama-sama menggunakan kemudahan sebagai variabel independen. Perbedaannya pada variabel independent lainnya, pada penelitian ini yaitu kualitas layanan, e-trust dan pengetahuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Banda Oktavia yang berjudul Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quik Response

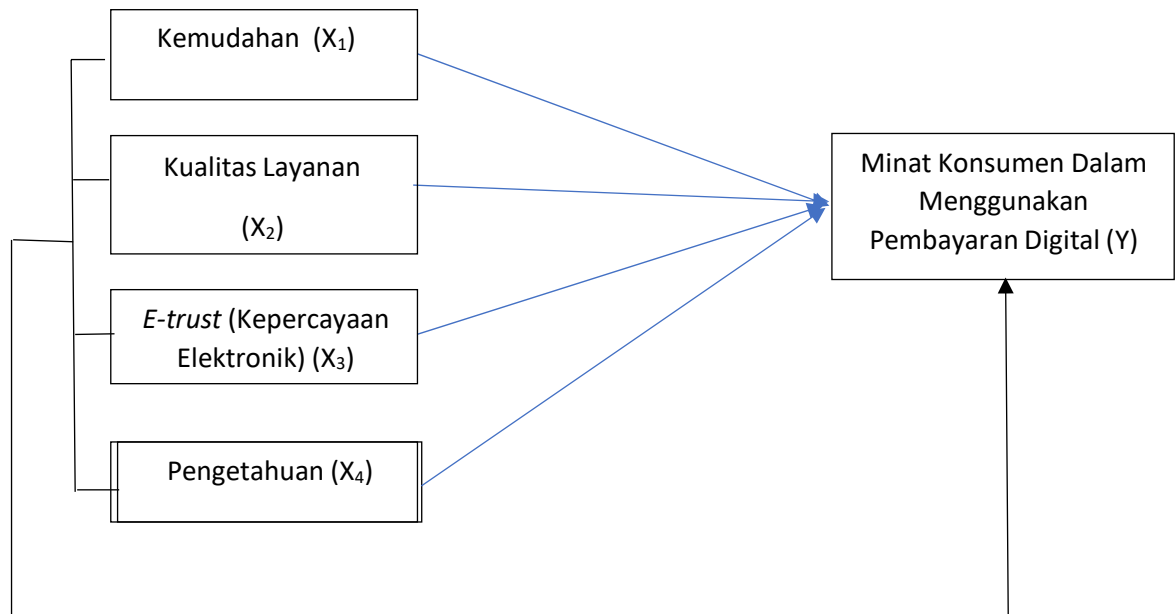
Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital sama-sama menggunakan minat sebagai variabel terikat, persepsi kemudahan sebagai variabel bebas. Perbedaannya pada variabel bebas lainnya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian atas nama Rasisitia yang berjudul Pengaruh penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Prilaku Beralih Di Era Pandemi Covid-19 sama-sama membahas tentang pembayaran digital atau digital payment sebagai penelitian. Perbedaannya pada variabel dependen dan variabel independent, pada penelitian ini yaitu minat sebagai variabel dependen dan kemudahan, kualitas layanan, e-trust dan pengetahuan sebagai variabel independen.

C. Kerangka Pikir

Minat pengguna dalam menggunakan pembayaran digital atau *digital payment* di pengaruhi oleh kemudahan dan keamanan. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka peneliti membuat suatu kerangka teoritis yang akan menjadi arahan dalam melakukan pengumpulan data serta analisisnya. Secara sistematis kerangka pemikiran dalam peneliti dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar II.1 Kerangka Pikir



Keterangan :

Hubungan Secara Parsial 

Hubungan secara simultan 

Dari gambar di atas dapat peneliti jelaskan bahwa kerangka pikirnya yaitu menjelaskan secara parsial kemudahan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran *digital*, secara parsial kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran *digital*, secara parsial *e-trust* mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran *digital*, secara parsial pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran *digital* dan secara simultan kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* dan pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran *digital*.

D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah di penelitian ini, didukung teori-teori, temuan peneliti terdahulu serta kerangka teori diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a1}: Terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H_{a2}: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan .

H₀₂: Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H_{a3} : Terdapat pengaruh *e-trust* terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H₀₃: Tidak terdapat pengaruh *e-trust* terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H_{a4}: Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H₀₄: Tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H_{a5}: Terdapat pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* dan pengetahuan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

H₀₅: Tidak terdapat pengaruh Kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* dan pengetahuan terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Masyarakat/konsumen di SG Caffe & Resto dengan waktu yang digunakan oleh peneliti yaitu kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengelolaan data yang dimulai dari bulan Juni sampai Agustus 2024.

B. Jenis Penelitian

Jika dilihat dari segi pendekatan analisis, penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).⁵⁵ Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif adalah penelitian tentang hubungan kausal yang merupakan hubungan sebab akibat. Dengan tujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.⁵⁶ Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu kemudahan sebagai (X1), Kualitas layanan (X2), *E-trust* (kepercayaan elektronik) (X3) dan pengetahuan (X4) sebagai variabel independen dan minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital di SG Caffe & Resto sebagai variabel dependen (Y).

⁵⁵ “Azwar, S. (2011). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar - PDF Free Download,” adoc.pub, diakses 19 Maret 2024, <https://adoc.pub/azwar-s-2011-metode-penelitian-yogyakarta-pustaka-pelajar-az.html>.

⁵⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992). hlm.18.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah atau otoritas dari satuan-satuan atau individu-individu yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang di teliti atau bisa diartikan sebagai keseluruhan objek yang di teliti yang ciri-cirinya akan diduga atau ditaksir.⁵⁷ Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pada Cafe SG & Resto yang jumlah populasinya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah sebgaiian kecil dari populasi yang dipilih untuk menjadikan reperensi penelitian, sampel digunakan sebagai cara mengumpulkan data mewakili karakteristik dan sifat yang ada dalam populasi secara keseluruhan.⁵⁸ Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lemeshow, karena jumlah populasi pada konsumen di SG Coffe & Resto tidak diketahui.

$$n = \frac{Z^2 1 - a/2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

⁵⁷ Deepublish Store, "Populasi dan Sampel Penelitian Kuantitatif [Cara Menentukan]," *Deepublish Store* (blog), 3 Desember 2022, <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-populasi-dan-sampel/>.

⁵⁸ Deri Firmansyah, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kolistik (JIPH)* Vol.1, no. No.2 (2022): hlm.11.

P = maksimal estimasi 0,5

D = alfa (0,1) atau *sampling error* = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - P)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, berdasarkan perhitungan di atas jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 96 sampel. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling*. *Incidental sampling* adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan. Peneliti dalam memilih orang atau responden terdekatnya, atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel apabila dipandang mampu memberikan informasi atau data.⁵⁹

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuisisioner, dokumentasi dan wawancara. Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

⁵⁹ Digdowiseiso Kumba, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2017), hlm.80.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghasilkan data yang akurat yaitu menggunakan skala pengukuran. Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran dengan skala pengukuran . Dengan skala pengukuran, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuisisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel III.1 Skala Pengukuran

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Angket/Kuisisioner

Kuisisioner adalah suatu metode pengumpulan data atau informasi dengan cara memberikan serangkain pertanyaan/pernyataan kepada beberapa orang yang akan dijadikan sampel pada penelitian.⁶⁰ Berikut adalah beberapa kisi-kisi angket pada penelitian ini sebagai berikut:

⁶⁰ Baghas Siwi Wicaksono, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Dalam Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Studi Kasus Organisasi FoSEEI Regional Jawa Tengah)” (Skripsi, Semarang, UIN Walisongo Semarang, 2023), hlm.46.

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket Variabel Minat Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital

Variabel	Indikator	No.Soa
Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital	Minat transaksional	1
	Minat Referensial	2
	Minat preferensial	3
	Minat Eksploratif	4

Tabel III.3 Kisi-Kisi Variabel Kemudahan Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital

Variabel	Indikator	No.Soa
Kemudahan (X ₁)	Mudah dipelajari	5
	Fleksibel	6
	Mengontrol Pekerjaan	7

Tabel III.4 Kisi-Kisi Angket Variabel Kualitas Layanan Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital

Variabel	Indikator	No.Soa
Kualitas Layanan (X ₂)	Bukti Langsung	8
	Kehandalan	9
	Ketanggapan	10
	Jaminan	11
	Empati	12

Tabel III.5 Kisi-Kisi Angket Variabel *E-trust* Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital

Variabel	Indikator	No.Soa
<i>E-trust</i> (X ₃)	Kemampuan	13
	Prediktabilitas	14
	Kebajikan	15
	Integritas	16

Tabel III.6 Kisi-Kisi Angket Variabel Pengetahuan Konsumen Untuk Menggunakan Pembayaran Digital

Variabel	Indikator	No.Soa
	Tahu	17
	Memahami	18

Pengetahuan (X ₄)	Aplikasi	19
	Analisis	20
	Sintesis	21
	Evaluasi	22

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dari seseorang atau kelompok orang yang dilakukan secara lisan atau tertulis.⁶¹

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, pemakaian, penyelidikan, penghimpunan penyediaan dokumen untuk memperoleh pengetahuan, keterangan, serta bukti dan penyebarannya kepada pihak yang berkepentingan. Dalam penelitian ini peneliti mencari data dengan penelitian berupa foto-foto untuk mendukung penulisan.

E. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Instrument penelitian harus valid, untuk itu sebelum menggunakan data tentang *training* instrument penelitian diuji coba terlebih dahulu. Uji validitas bertujuan untuk melihat korelasi antara setiap indikator dengan variabel utama dan analisis faktor lebih banyak digunakan untuk penelitian *multivariate analysis* dengan alasan menggunakan variabel yang lebih banyak dibanding dengan *univariate analysis*. Analisis faktor dapat digunakan untuk

⁶¹ Nanda Akbar Gumilang, "Pengertian Wawancara: Jenis, Teknik, dan Fungsinya - Gramedia Literasi," diakses 1 April 2024, <https://gramedia.com/literasi/wawancara/>.

menderuksi beberapa indikator menjadi jumlah tertentu atau jumlah yang diinginkan.⁶² Adapun teknik kolerasi yang bisa dipakai adalah teknik kolerasi *Person Product Moment* dengan aplikasi SPSS 23 untuk mengujinya. Dengan kriteria sebagai berikut :

- 1.) Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- 2.) Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran di ulang dua kali atau lebih.⁶³ Uji reliabilitas dibuktikan terhadap butir-butir instrument, teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan metode *Cronbach's Alpa* masing-masing instrumen dalam suatu variabel instrumen yang dipakai dikatakan memiliki nilai *Cronbach's Alpa* $< 0,60$ maka instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

F. Teknik Analisis Data

Dalam suatu penelitian teknik analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian termasuk menganalisis alat-alat statistik yang relevan digunakan dalam penelitian tersebut. Apabila data sudah terkumpul dari hasil pengumpulan data maka kemudian akan dilakukan

⁶² Andika Saputra dan Ovan, *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Makasar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020).hlm.10.

⁶³ Andika Saputra dan Ovan, *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Makasar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020).hlm.9

analisis atau pengolahan data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS versi 23 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai maximum, minimum, mean, dan standar deviation dari data yang terkumpul.⁶⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat BLUE (*Best, Libear, Unbeased, Estimated*). Uji asumsi klasik antara lain uji normalitas, muktikolenieritas dan autokolerasi.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual tersalurkan secara normal atau tidak. Uji normalitas tidak dilakukan

⁶⁴ Dwy Priyanto, *SPSS 22 Pengelolaan Data Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 30. (Yogyakarta: Gramedia Pustaka, 2014), hlm.30.

pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya.⁶⁵ Metode yang digunakan untuk menguji normalitas yakni dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Signifikan hasil uji 0,05, maka variabel x tersebut memiliki linear dengan y.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel *independent* pada model regresi saling berkorelasi. Untuk memenuhi kriteria BLUE, tidak boleh terdapat korelasi antara setiap variabel *independent* pada model regresi. Apabila terjadi korelasi antara variabel *independent*, maka variabel tersebut dapat dikatakan tidak ortogonal. Dengan nilai patokan VIF (*variance inflation factor*) kriteria yang digunakan adalah :

- i. Jika nilai VIF disekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah Multikoleniaritas.
- ii. Jika nilai $VIF > 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.⁶⁶ Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode grafik regresi yaitu dengan melihat pada titik pada grafik regresi dengan dasar

⁶⁵ Nawari, *Analisis regresi dengan MS excel 2007 dan SPSS 17* / Nawari (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010).hlm.33-36.

⁶⁶ Nawari, *Analisis regresi dengan MS excel 2007 dan SPSS 17* / Nawari (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010).hlm.24.

pengambilan keputusannya ialah jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁷

3. Uji Regresi Berganda

Agresi linear berganda metode analisis yang tepat manakala masalah riset meliputi satu variabel kontinu beserta dua atau lebih variabel independen kontinu.⁶⁸ Persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah minat pengguna dalam mengadopsi pembayaran digital sebagai variabel dependen dan persepsi kemudan, persepsi kebermanfaatan dan keamanan sebagai variabel dependen. Maka persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y=a+b_1X_1 + b_2X_2 +b_3X_3 +b_4X_4+e$$

Dimana :

Y : Minat Konsumen

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : Koefisien regresi

X_1 : Kemudahan

X_2 : Kualitas Layanan

X_3 : *E-trust* (kepercayaan elektronik)

X_4 : Pengetahuan

e : Error

⁶⁷ Indriani, "Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah," 2022, hlm.53.

⁶⁸ Johan Harlan, *Analisis Regresi Linear* (Depok: Gunadarma,2018)hlm.12.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk pengujian variabel-variabel independen secara parsial (individu), yang digunakan untuk mengetahui signifikansi dan pengaruh variabel independent secara individu terhadap variasi independent lainnya.⁶⁹ Ketentuan dalam uji t adalah:

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, dan H_a ditolak.
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.⁷⁰

b. Uji Simultan (f)

Uji f adalah hipotesis yang dilakukan secara bersamaan pada variabel penelitian yang dilakukan secara bersamaan adapun pada penelitian hipotesis dapat di uji melalui uji ANOVA. Artinya apakah suatu variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independent.⁷¹ Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, dan H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independent. Koefisien determinasi

⁶⁹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm 24.

⁷⁰ Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), hlm.13.

⁷¹ Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian Dan Skripsi* (Jakarta: Elex Media komputindo, 2017), hlm.15.

menggambarkan bagian dari variabel total yang dapat diterangkan oleh modal. Jika nilai determinan semakin besar atau mendekati 1 maka ketetapanannya semakin membaik, begitu juga sebaliknya, jika determinasi semakin kecil bahkan semakin jauh dari 1 maka ketetapanannya semakin jauh.⁷²

⁷² Putri Indriani, “Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah” (Skripsi, Padangsidempuan, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2022), hlm.54.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat SG Coffe & Resto

SG Coffe & Resto didirikan pada tahun 2022 di Jl. Mesjid Raya Baru No.11, Wek IV, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara, Kec. Padangsidempuan Utara. Awal mula SG Coffe & Resto berawal dari pemilik cafe yang dulunya bekerja di sebuah hotel, dihotel tersebut dari Masyarakat menengah keatas tidak pernah menengah ke bawah, sehingga Konsep SG Coffe & Resto sendiri memenuhi hasrat disetiap kalangan dari yang anak muda, orangtua, anak-anak, kaya, miskin dengan menyediakan beragam makanan dan minuman yang rasanya sama seperti di hotel tersebut. Sehingga semua orang bisa merasakan makanan dan minuman yang sama di hotel dengan harga yang terjangkau mulai dari Rp. 15.000.

SG Coffe & Resto memiliki satu barista, satu koki dan satu waiters , dan buka setiap hari dari pukul 15.00 sampai dengan 24.00. dapat digunakan untuk rapat, *gathering*, perayaan ulang tahu , dan juga acara-acara lainnya. Target Sg Coffe & Resto adalah semua kalangan Masyarakat mulai dari Tingkat bawah, menengah, dan atas.⁷³

⁷³ Sugi Hartono, Wawancara dengan pak Sugi terkait dengan sejarah berdirinya SG Coffe & Resto, 25 Juli 2024.

2. Visi Dan Misi SG Coffe & Resto

a. Visi

Visi SG Coffe & Resto adalah menjadi *coffe shop* terkemuka di Indonesia dengan mengedepankan kualitas sehingga tidak kalah saing dengan *coffe shop* lainnya di Indonesia serta pengembangan kota padangsidiempuan dengan kuliner

b. Misi

Dalam mewujudkan visi tersebut, maka dirumuskan misi dari SG Coffe & Resto. Misi dari SG Coffe & Resto adalah memberikan produk dan pelayanan terbaik untuk setiap konsumennya, serta membuka lahan pekerjaan bagi orang-orang yang belum mendapat pekerjaan.⁷⁴

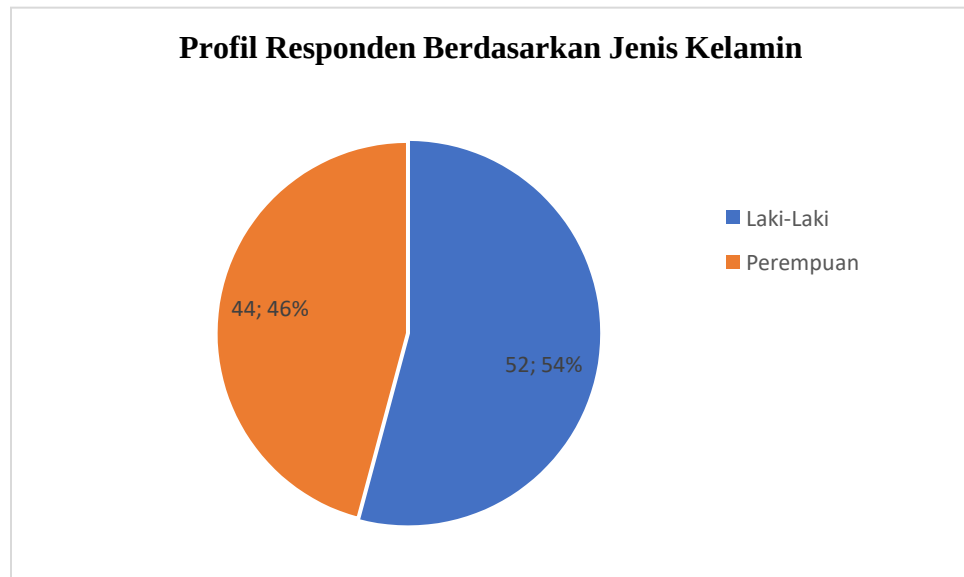
B. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil Responden

Bagian ini menyajikan informasi mengenai profil responden berdasarkan data yang dikumpulka melalui kuisisioner. Kuisisioner yang dibagikan berjumlah 96 responden.

Sugi Hartono, Wawancara dengan pak Sugi terkait dengan sejarah berdirinya SG Coffe & Resto, 25 Juli 2024.

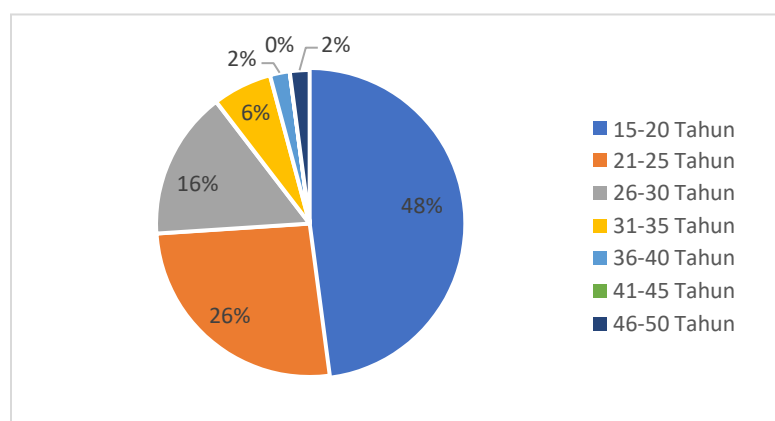
Gambar IV.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden



Sumber: Hasil Pengisian Kuisisioner

Berdasarkan gambar IV.1 berdasarkan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 52, 54% atau sebanyak 52 orang dan Perempuan sebanyak 44, 46% atau sebanyak 44 orang. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki.

Gambar IV.2 Profil Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Hasil Pengisian Kuisisioner

Berdasarkan gambar IV.2 usia 15-20 tahun yaitu sebanyak 46 responden atau sebesar 46,50%, kemudian usia 21-25 tahun sebanyak 25 responden atau sebesar 25,26%, kemudian usia 26-30 tahun yaitu sebanyak 15 responden atau sebesar 15,15%, kemudian usia 31-35 tahun yaitu sebanyak 6 responden atau sebanyak 6,6%, kemudian usia 36-40 tahun yaitu sebanyak 2 responden atau sebesar 2,1%, kemudian usia 41-45 tahun yaitu sebanyak 0 responden atau sebanyak 0,0%, kemudian usia 46-50 tahun sebanyak 2 responden atau sebanyak 2,2%. Hal ini menunjukkan responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas usia 15-20 tahun.

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

- a. Hasil Uji Validitas yang telah diolah dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Kemudahan

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,733	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 96 - 2 = 94$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,1689	Valid
2	0,664		Valid
3	0,817		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Hasil uji validitas kemudahan (X_1) pada tabel IV.1 dapat dilihat bahwa angket yang disebarkan adalah 96 dan angket mengenai kemudahan dari pernyataan ketiga item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n - 2 = 94$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1689. Sehingga ketiga item angket kemudahan dinyatakan valid. Variabel kemudahan ada sebanyak 3 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel kemudahan, untuk uji validitas variabel kualitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,758	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 96 - 2 = 94$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,1689	Valid
2	0,793		Valid
3	0,635		Valid
4	0,677		Valid
5	0,708		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Hasil uji validitas Kualitas Layanan (X_2) pada tabel IV.2 dapat dilihat bahwa angket yang disebarkan adalah 96 dan angket mengenai Kualitas Layanan dari pernyataan keempat item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n - 2 = 94$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1689. Sehingga kelima item angket Kualitas Layanan dinyatakan valid. Variabel Kualitas Layanan ada sebanyak 5 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel Kualitas Layanan, untuk uji validitas variabel efektivitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas E-Trust (Kepercayaan Elektronik)

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,839	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 96 - 2 = 94$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,1689	Valid
2	0,710		Valid
3	0,738		Valid
4	0,660		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Hasil uji validitas E-Trust (Kepercayaan Elektronik) (X_2) pada tabel IV.3 dapat dilihat bahwa angket yang disebarkan adalah 96 dan angket mengenai E-Trust (Kepercayaan Elektronik) dari pernyataan keempat item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n - 2 = 94$, maka diperoleh r_{tabel} adalah

0,1689. Sehingga kelima item angket E-Trust (Kepercayaan Elektronik) dinyatakan valid. Variabel E-Trust (Kepercayaan Elektronik) ada sebanyak 4 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel E-Trust (Kepercayaan Elektronik), untuk uji validitas variabel pengetahuan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Pengetahuan

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,286	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 96 - 2 = 94$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,1689	Valid
2	0,757		Valid
3	0,752		Valid
4	0,616		Valid
5	0,633		Valid
6	0,702		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Hasil uji validitas Pengetahuan (X₂) pada tabel IV.4 dapat dilihat bahwa angket yang disebarkan adalah 96 dan angket mengenai pengetahuan dari pernyataan keempat item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n - 2 = 94$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1689. Sehingga kelima item angket pengetahuan dinyatakan valid. Variabel pengetahuan ada sebanyak 4 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel pengetahuan.

Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Minat

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,688	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 96 - 2 = 94$ maka r_{tabel} pada signifikan 10% = 0,1689	Valid
2	0,842		Valid
3	0,751		Valid
4	0,784		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Hasil uji validitas minat (X₂) pada tabel IV.5 dapat dilihat bahwa angket yang disebarkan adalah 96 dan angket mengenai minat dari pernyataan

keempat item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n-2 = 94$, maka diperoleh Variabel minat ada sebanyak 4 butir pernyataan berikut adalah hasil uji validitas variabel minat.

c. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji realibilitis pada vaiabel kemudahan, kualitas layanan, e-trust (Kepercayaan Elektronik), pengetahuan, dan minat dapaat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items
Kemudahan	0,578	3
Kualitas Layanan E-	0,748	5
Trust (Kepercayaan Elektronik)	0,638	4
Pengetahuan	0,691	6
Minat	0,751	4

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan dengan nilai *cronbach alpha* $0,578 < 0,600$, dinyatakan tidak *reliabel* dan dapat diterima. Variabel kualitas layanan dengan nilai *cronbach alpha* $0,628 > 0,600$, dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Variabel *E-trust* dengan nilai *cronbach alpha* $0,639 > 0,600$, dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Variabel pengetahuan dengan nilai *cronbach alpha* $0,691 > 0,600$, dinyatakan tidak *reliabel* dan dapat diterima. Variabel minat menggunakan dengan nilai *cronbach alpha* $0,751 > 0,600$, dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Analisis Deskriptif

Tabel IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan	96	7	15	12,33	1,724
Kualitaslayanan	96	5	25	18,99	3,387
Etrust	96	4	20	15,71	2,681
Pengetahuan	96	9	30	22,67	3,529
Minat	96	4	20	15,69	2,663
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dijelaskan bahwa dari 96 pengamatan, nilai mean pada variabel minat menggunakan (Y) sebesar 15,69, nilai minimum 4, nilai maximum 20, dan nilai Std.Deviation 2,663. Pada variabel kemudahan (X1) nilai mean sebesar 12,33, nilai minimum 7, nilai maximum 15, dan nilai Std.Deviation 1,724. Pada variabel kualitas layanan (X2) nilai mean sebesar 18,99, nilai minimum 5, nilai maximum 25, dan nilai Std.Deviation 3,387. Pada variabel e-trust (kepercayaan elektronik) (X3) nilai mean sebesar 15,71, nilai minimum 4, nilai maximum 20, dan nilai Std.Deviation 2,681, Kemudian pada variabel pengetahuan (X4) nilai mean sebesar 22,67 nilai minimum 9, nilai maximum 30, dan nilai Std.Deviation 3,529.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,79961689
Most Extreme	Absolute		,110
Differences	Positive		,110
	Negative		-,089
Test Statistic			,110
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,155 ^d
	10% Confidence Interval	Lower Bound	,150
		Upper Bound	,159

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 96 sampled tables with starting seed 1993510611.

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan nilai tabel yang ada di atas nilai sig > 0,1 maka distribusinya normal, signifikansinya 0,155 > 0,1 memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kemudahan	,676	1,480
Kualitaslayanan	,892	1,121
Etrust	,973	1,028
Pengetahuan	,620	1,613

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

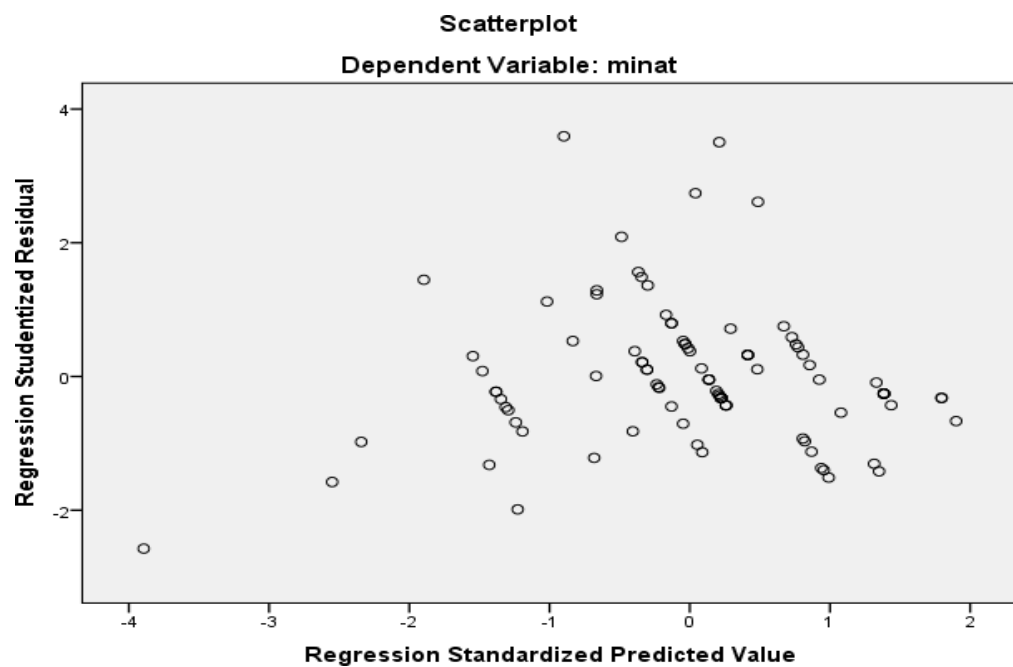
Berdasarkan tabel IV.9 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kemudahan $1,480 < 10$, variabel kualitas layanan $1,121 < 10$, variabel e-trust $1,028 < 10$, dan variabel pengetahuan $1,613$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari keempat variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$). Nilai *tolerance* untuk variabel kemudahan adalah $0,676 > 0,1$ variabel kualitas layanan adalah $0,892 > 0,1$, variabel e-trust adalah $0,973 > 0,1$, dan variabel pengetahuan adalah $0,620 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari keempat variabel adalah lebih besar 0,1 ($tolerance > 0,1$), berdasarkan penelitian diatas dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Gambar IV.3

Hasil Uji heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa diagram pancar tidak membentuk pola tertentu, sehingga persamaan regresi pada penelitian ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

4. Regresi Linear Berganda

Tujuan uji regresi linear berganda adalah untuk mengukur pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menilai dampak potensial

variabel Kemudahan (X1), Kualitas Layanan (X2), *E-trust* (Kepercayaan Elektronik) dan Pengetahuan (X4) terhadap variabel Minat (Y). Berikut hasil dari uji spss versi 23:

Tabel IV.10 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,725	,854		-4,363	,000
Kemudahan	,236	,048	,159	4,931	,000
kualitaslayanan	,628	,025	,816	25,153	,000
Kepercayaan	,076	,045	,052	1,695	,094
Pengetahuan	,178	,028	,197	6,378	,000

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas pada bagian *Unstandardized Coefficients* bagian B atau Koefisien Standar Beta, diketahui nilai koefisien regresi variabel Kemudahan (X1) yaitu sebesar 0,236, nilai koefisien regresi variabel variabel Kualitas Layanan (X2) yaitu sebesar 0,628, nilai koefisien regresi variabel *E-Trust* (X3) yaitu sebesar 0,076, nilai koefisien regresi variabel Pengetahuan (X4) yaitu 0,178 dengan nilai konstan (a) sebesar -3,725. Sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -3,725 + 0,236 X_1 + 0,628 X_2 + 0,076 X_3 + 0,178 X_4 + 0,1$$

Dari persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -3,725 artinya apabila variabel kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik) dan pengetahuan konstan atau 0 maka minat konsumen adalah sebesar -3,725.
- b. Koefisien regresi variabel kemudahan sebesar 0,236 artinya apabila variabel kemudahan meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,236 = -3,489$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,628 artinya apabila variabel kualitas layanan meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,628 = -3,097$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- d. Koefisien regresi variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) sebesar 0,076 artinya apabila variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,076 = -3,649$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- e. Koefisien regresi variabel pengetahuan sebesar 0,178 artinya apabila variabel pengetahuan meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,178 = -3,547$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.11 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,725	,854		-4,363	,000
Kemudahan	,236	,048	,159	4,931	,000
Kualitaslayanan	,628	,025	,816	25,153	,000
Kepercayaan	,076	,045	,052	1,695	,094
Pengetahuan	,178	,028	,197	6,378	,000

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai ttabel yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 96 - 4 - 1 = 92$. Dengan signifikansi $0,1/2 = 0,01$ (uji 2 sisi) sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,661. Maka dapat dinyatakan bahwa:

- 1) Variabel kemudahan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,931 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,931 > 1,661$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.
- 2) Variabel kualitas layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 25,153 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($25,153 > 1,661$). Maka H_{a2}

diterima dan H02 ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

- 3) Variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,695 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,695 > 1,661). Maka Ha3 diterima dan H03 ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh *e-trust* (kepercayaan elektronik) terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.
- 4) Variabel pengetahuan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,378 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,378 > 1,661). Maka Ha4 diterima dan H04 ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

b. Uji Koefisien secara Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	590,112	4	147,528	306,944	,000 ^b
Residual	44,218	92	,481		
Total	634,330	96			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, kualitaslayanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.14 diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 306,944

sedangkan $F_{tabel} = df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$, dimana jumlah responden (n) adalah 96 dan jumlah variabel sebanyak 5, maka $F_{tabel} df1 = 5-1 = 4$ dan $df2 = 96-5 = 91$. Nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,01, maka dari hasil uji simultan diatas nilai F_{hitung} sebesar $306,944 > F_{tabel} 2,01$. Jadi dapat dilihat bahwa H_{a5} diterima dan H_{o5} ditolak artinya secara simultan terdapat pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik), dan pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Hasil uji koefisien determinan (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965 ^a	,930	,927	,693

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, kualitas layanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.12 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh angka *Adjusted R square* 0,927 atau 92,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan), dan pengetahuan berkontribusi terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan sebesar 92,7% Sisanya sebesar 0,73 atau (7,3%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidempuan. Hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kemudahan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,664 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,664 > 1,661$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan. Berdasarkan teori kemudahan menurut Davis (1998) kemudahan adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. Dapat dikatakan bahwa semakin seseorang mudah menggunakan aplikasi teknologi, maka semakin berminat para konsumen menggunakan aplikasi teknologi tersebut. Sesuai dengan hasil penelitian ini, sejalan dengan teori Davis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen dalam pembayaran digital.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Indriani Putri yang menyatakan variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat generasi z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Panggabean Nur Azizah tidak sejalan dengan hasil pada penelitian ini.

Jadi, bisa dilihat bahwa kemudahan mempengaruhi minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan. Artinya, jika seseorang mudah menggunakan atau tidak sulit dalam mengaplikasikan teknologi tersebut maka minat menggunakan terhadap pembayaran digital tinggi, dan begitu sebaliknya apabila tingkat kesulitan menggunakan teknologi atau pembayaran digital tinggi maka akan menurunkan minat dalam menggunakannya atau bahkan sama sekali tidak akan menggunakan teknologi atau pembayaran digital tersebut.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kualitas layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,889 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,889 > 1,661$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler, Kualitas Layanan (Service Quality) adalah perbandingan dari kualitas yang diterima pelanggan (perceived quality), yaitu setelah pelanggan menerima layanan, dengan kualitas yang diharapkan (expected quality). Artinya jika layanan yang diterima memiliki nilai lebih rendah dari pada layanan yang diharapkan, maka keinginan (interest) pelanggan akan berkurang. Jika suatu aplikasi memiliki layanan yang baik pada aplikasi pembayaran digital tersebut, maka semakin berminat para konsumen

menggunakan aplikasi teknologi tersebut. Sesuai dengan hasil penelitian ini, sejalan dengan teori kotler yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat konsumen dalam pembayaran digital.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Indriani Putri yang menyatakan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat generasi z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah dan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Panggabean Nur Azizah tidak sejalan dengan hasil pada penelitian ini. jadi, bisa dilihat bahwa kualitas layanan mempengaruhi minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan. Artinya, jika suatu aplikasi memiliki layanan yang baik pada aplikasi pembayaran digital tersebut dan dapat memuaskan konsumen maka minat konsumen terhadap pembayaran digital tinggi, dan begitu sebaliknya apabila tingkat layanan pada aplikasi pembayaran digital buruk maka minat konsumen dalam menggunakan pembayaran digital akan menurun atau bahkan tidak akan menggunakan pembayaran digital tersebut.

3. Pengaruh E-Trust (Kepercayaan Elektronik) Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kualitas layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,695 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,695 > 1,661$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh e-trust (kepercayaan elektronik) terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fukuyama (1995), kepercayaan

merupakan harapan yang muncul dari dalam masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, serta kerjasama berdasarkan norma-norma yang diyakini bersama. Jika tingkat kepercayaan terhadap teknologi pada aplikasi tinggi maka, semakin berminat para konsumen menggunakan aplikasi teknologi tersebut. Sesuai dengan penelitian ini, sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Fukuyama bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat konsumen dalam pembayaran digital.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Yulfan Arif, dkk yang menyatakan variabel e-trust berpengaruh terhadap Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Masyarakat Muslim Solo Raya). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh e-trust (kepercayaan elektronik) terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

Dari hasil uji di atas ialah seseorang akan memakai teknologi tersebut jika tingkat kepercayaan terhadap teknologi pada aplikasi pembayaran digital tinggi, dan begitu sebaliknya apabila tingkat kepercayaan teknologi aplikasi pembayaran digital rendah maka akan menurunkan minat dalam menggunakannya atau bahkan sama sekali tidak akan menggunakan teknologi tersebut.

4. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kualitas layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,378 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$

(6,378 > 1,661). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan. Berdasarkan teori pengetahuan menurut Ngatimin (1990), pengetahuan adalah sebagai ingatan atas bahan-bahan yang telah di pelajari dan mungkin ini menyangkut tentang mengikat kembali sekumpulan bahan yang luas dari hal-hal terperinci oleh teori, tetapi apa yang diberikan menggunakan ingatan akan keterangan yang sesuai. Jika tingkat pengetahuan konsumen terhadap teknologi tinggi maka, semakin berminat para konsumen menggunakan teknologi tersebut. Sesuai dengan penelitian ini, sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ngatimin bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen dalam pembayaran digital.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Permani Entina Cindy yang menyatakan variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan dompet digital (QRIS) pada mahasiswa. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.

Dari hasil uji di atas ialah seseorang akan memakai teknologi tersebut jika tingkat pengetahuan konsumen terhadap teknologi pada aplikasi pembayaran digital tinggi, dan begitu sebaliknya apabila tingkat pengetahuan konsumen pada teknologi aplikasi pembayaran digital rendah maka akan menurunkan minat dalam menggunakannya atau bahkan sama sekali tidak akan menggunakan teknologi tersebut.

5. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, *E-Trust*, dan Pengetahuan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} (306,944) > F_{tabel} (2,01)$. Maka H_{05} ditolak dan H_{a5} diterima, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust*, dan pengetahuan secara positif terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Indriani, Permatasari, khoyatu dkk yang menyimpulkan bahwa variabel kemudahan, kualitas layanan *e-trust* (kepercayaan elektronik), dan pengetahuan berpengaruh secara keseluruhan terhadap minat menggunakan.

Dari hasil uji kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik) terdapat pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan. Pengembang teknologi pembayaran digital perlu memperhatikan empat hal ini. Mereka harus memastikan bahwa teknologi yang digunakan tetap dapat dipercaya, efektif, dan memiliki kualitas layanan yang menarik bagi pengguna layanan pembayaran digital. Hal ini penting karena akan memberikan dampak positif pada perkembangan pembayaran digital itu sendiri.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan perubahan dari hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi adalah:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan pembayaran digital dalam penelitian ini hanya terdiri dari 4 variabel, yaitu kemudahan, kualitas layanan, e-trust (kepercayaan elektronik) dan pengetahuan, sedangkan masih banyak faktor lain seperti kebermanfaatan, keamanan, risiko dan lain sebagainya.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
3. Pada penelitian ini hanya mengambil 96 responden konsumen pada SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Digital Di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan dapat ditarik Kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisis regresi linear berganda diketahui nilai konstanta dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Nilai konstanta sebesar -3,725 artinya apabila variabel kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik) dan pengetahuan konstan atau 0 maka minat konsumen adalah sebesar -3,725.
 - b. Koefisien regresi variabel kemudahan sebesar 0,236 artinya apabila variabel kemudahan meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,236 = -3,489$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
 - c. Koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,628 artinya apabila variabel kualitas layanan meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,628 = -3,097$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
 - d. Koefisien regresi variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) sebesar 0,076 artinya apabila variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan

sebesar $-3,725 + 0,076 = -3,649$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

- e. Koefisien regresi variabel pengetahuan sebesar 0,178 artinya apabila variabel pengetahuan meningkat 1 satuan, maka minat konsumen akan mengalami penurunan sebesar $-3,725 + 0,178 = -3,547$ satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel kemudahan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,931 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,931 > 1,661$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.
 3. Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 25,153 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($25,153 > 1,661$). Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.
 4. Berdasarkan hasil uji t variabel *e-trust* (kepercayaan elektronik) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,695 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,695 > 1,661$). Maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh *e-trust* (kepercayaan elektronik) terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidempuan.
 5. Berdasarkan hasil uji t variabel pengetahuan memiliki nilai t_{hitung} sebesar

6,378 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661. Sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($6,378 > 1,661$).

Maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, jadi dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

6. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 306,944 sedangkan f_{tabel} sebesar 2,01. Sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($306,944 > 2,01$). Jadi dapat dilihat bahwa H_{a5} diterima dan H_{05} ditolak artinya secara simultan terdapat pengaruh kemudahan, kualitas layanan, *e-trust* (kepercayaan elektronik), dan pengetahuan terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

B. Implikasi Hasil Pembahasan

Sehubung dengan kesimpulan hasil penelitian ini, maka implikasi dalam hasil penelitian ini adalah ke empat variabel tersebut terdapat pengaruh terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran digital di SG Coffe & Resto Padangsidimpuan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah:

- a. Bagi Perusahaan aplikasi teknologi pembayaran digital dalam hal pengembangan produk, pemasaran, dan strategi bisnis untuk meningkatkan adopsi serta kepercayaan masyarakat.

- b. Bagi pengembang aplikasi pembayaran digital agar memperhatikan dari segi keamanan, keakuratan data dan menambah fitur keamanan ganda yang dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat.
- c. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pembayaran digital sangat penting. Perusahaan-Perusahaan *fintech* bisa mengadakan webinar, seminar atau *workshop* tentang pembayaran digital dan manfaatnya. Konten edukasi di media sosial juga bisa menjadi cara efektif untuk mencapai *audiens* yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Al-Qur'an

Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: CV. Pustaka Agung, 2006.

Sumber Buku

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992.

Francis, Fukuyama. *Trust kebijakan Sosial dan Penciptaan kemakmuran*. Yogyakarta: Qalam, 1995.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: indeks, 2008.

Kumba, Digdowniseiso. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2017.

Priyanto, Dwy. *SPSS 22 Pengelolaan Data Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 30. Yogyakarta: Gramedia Pustaka, 2014.

Nawari. *Analisis regresi dengan MS excel 2007 dan SPSS 17* / Nawari. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.

Saputra, Andika, dan Ovan. *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Makasar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.

Wahyudi, I Yawan, dan A.A komang Suardana. *Ilmu Alamiah Dasar*. Denpasar: UNHI Press, 2019.

Wicaksono, Sotem Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang, 2022.

Sumber Jurnal

Firmansyah, Deri. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kolistik (JIPH)* Vol.1, no. No.2 (2022).

Houston, Dian Dinata. "Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada kalangan Milenial." *Jurnal Mendium* Vol.7, no. No.2 (2019).

Irawati, Putri, dan tasnim Muslihah. "Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah Bagi Masyarakat Solo Raya." *Jurnal Ekonomi Sakti* Vol.12, no. No.12 (2023).

- Jefry. "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia." *Jurnal Al-Qard* Vol.4, no. No.1 (2019).
- Joan, Leoni, dan Tony Sitinjak. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay." *Jurnal Manajemen* Vol.8, no. No.2 (2019).
- Kurniawan, Ervandy, Syafira Sardini, dan Purnama Ramadani Silalahi. "Analisis Minat Penggunaan Digital Payment Di Kota Medan." *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* Vol.1, no. No.1 (2023).
- Liani, Anisa Mauta, dan Abdul Yusuf. "Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh ESatisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay." *Journal of Management* Vol.4, no. No.1 (2021).
- Ngafifi, Muhammad. "kemajuan Teknologi dan Pola hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya." *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* Vol.2, no. No.1 (2019).
- Nurohman, Yuflan Arif, Rina Sari Qurniawati, dan Fahri Ali Azhar. "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Masyarakat Muslim Solo Raya)." *Jurnal Among Makarti* Vol.15, no. 2 (2022).
- Nurrohman, Yulfan arif, Rina Sari Qurniawati, dan Fahri Ali Ahzar. "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Mas Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya." *Among Makarti* Vol.15, no. No.2 (2022).
- Pribowo, Karman. "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta)" 1, no. 3 (2023).
- Rasista. "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap perilaku Beralih Di Era Pandemi Covid019." *Jurnal Telah Bisnis* Vol.21, no. No.2 (2020).
- rizkyah, Khoyatu, Abdul Yusuf, Lina Nurmayanti, dan Reshantu Dea Nur Macdy. "Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumen PenggunaPlatfrom Gigital Payment OVO." *Jurnal Ilmiah manajemen* Vol.16, no. No.1 (2021).
- Saputri, Oktoviana Banda. "Preferensi Konsumen Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standar (Qris)." *Jurnal Kinerja Unmul* Vol. 17, no. No.2 (2022).

Siswadi, Fery, Hari Muharam, dan Sufrin Hannan. "Pengaruh Kuallitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor)." *Jurnal Pustakawan Indonesi* Vol.18, no. No.1 (2019).

Soraya, Iin. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta SMART CITY." *Jurnal Komunikasi* Vol.6, no. No.1 (2019).

Suryanto, Herwan Muhyi Abdul, dan Poni Kurniati Sukaesi. "Penggunaan Digital Payment Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirusahaan* Vol.7, no. No.1 (2022).

Sumber Skripsi

Indriani, Putri. "Determinan Gnerasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah." Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2022.

Ismaya, Neti. "Pengaruh Peri;aku Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Pengguna Uang Elektronik GOPAY Pada Masyarakat Kota Klaten." Skripsi, UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA, 2023.

Panggabean, Nur Azizah. "Determinan Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Menggunakan e-wallet Syariah." Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023.

Permatasari, Rizka Ayu. "Minat Penggunaan Internet Banking Dan Mobile Banking Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah IAIN Metro." Skripsi, IAIN METRO, 2019.

Permatasi, Wulan. "Pengaruh Digtal Payment dan E-commerce Terhadap Prilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi." Skripsi, Universita Islam Siliwangi, 2023.

Riska. "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam)." Skripsi, IAIN PAREPARE, 2022.

Wardani, Melani Kartika. "Pengaruh Pembayaran Digital, E-Marketing, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian." Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta, 2023.

Wicaksono, Baghas Siwi. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Dalam Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Studi Kasus

Organisasi FoSEEI Regional Jawa Tengah).” Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2023.

Widianingrum. “Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2021.

Sumber Website

adoc.pub. “Azwar, S. (2011). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.” Diakses 19 Maret 2024. <https://adoc.pub/azwar-s-2011-metode-penelitian-yogyakarta-pustaka-pelajar-az.html>.

“Arti Kata ‘minat’ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia | KBBI.co.id.” Diakses 9 Agustus 2024. <https://kbbi.co.id/arti-kata/minat>.

“Edukasi dan Literasi.” Diakses 19 Maret 2024. <https://www.bi.go.id/id/Pelindungan-Konsumen/Edukasi-dan-Literasi/Default.aspx>.

Gumilang, Nanda Akbar. “Pengertian Wawancara: Jenis, Teknik, dan Fungsinya - Gramedia Literasi.” Diakses 1 April 2024. <https://gramedia.com/literasi/wawancara/>.

“Model penerimaan teknologi.” Dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, 20 Desember 2023. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Model_penerimaan_teknologi&oldid=25037196.

“Teori Dasar Technology Acceptance Model.” Diakses 27 Maret 2024. https://www.researchgate.net/publication/369378395_Teori_Dasar_Technology_Acceptance_Model.

“Pengertian Minat Menurut Para Ahli dan Jenis-jenisnya | kumparan.com.” Diakses 19 Maret 2024. <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-minat-menurut-para-ahli-dan-jenis-jenisnya-21SAyxmXoJt>.

Store, Deepublish. “Populasi dan Sampel Penelitian Kuantitatif [Cara Menentukan].” *Deepublish Store* (blog), 3 Desember 2022. <https://deepublishstore.com/blog/pengertian-populasi-dan-sampel/>.

Sumber Wawancara

Fahrul. wawancara degan saudara fahrul terkait pembayaran digital di Padangsidimpuan Utara, 29 Desember 2023.

Hartono, Sugi. Wawancara dengan pak Sugi terkait dengan sejarah berdirinya SG Coffe & Resto, 25 Juli 2024.

Rinaldi. wawancara dengan saudara rinaldi terkait pembayaran digital di Padangsidimpuan Utara, 29 Desember 2023.

Rohmatul. Wawancara dengan mahsiswi UIN SYAHADA di cafe sada warkop, 29 Desember 2023.

Sugi. Wawancara dengan Pak Sugi selaku pemilik Cafe SG & Resto terkait pembayaran digital, 18 Maret 2024.

Zaki. Wawancara dengan pak zaki terkait pembayaran digital di swalayan Padangsidimpuan Utara, 19 Maret 2024.

Zizah. Wawancara yang dilakukan dengan saudari zizah terkait pembayaran digital di bakso anda di Padangsidimpuan Utara, 19 Maret 2024.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DATA TABULASI

Minat Menggunakan (Y)

No.	m1	m2	m3	m4	total
1	5	5	5	4	19
2	3	5	5	4	17
3	2	5	3	4	14
4	3	4	4	4	15
5	3	3	3	3	12
6	2	3	4	3	12
7	3	4	4	4	15
8	1	5	5	5	16
9	4	4	3	4	15
10	5	5	5	4	19
11	2	4	4	4	14
12	4	5	5	5	19
13	4	3	4	3	14
14	3	4	4	4	15
15	3	4	5	3	15
16	2	4	5	5	16
17	3	4	5	4	16
18	4	4	5	5	18
19	2	5	5	4	16
20	5	5	5	4	19
21	4	4	5	5	18
22	1	4	5	5	15
23	1	3	3	5	12
24	1	3	5	3	12
25	1	4	2	2	9
26	3	5	4	4	16
27	3	4	5	3	15
28	4	4	5	4	17
29	4	4	4	4	16
30	3	3	3	3	12
31	3	5	4	3	15
32	3	4	5	4	16
33	3	5	5	4	17
34	2	3	3	3	11
35	4	5	5	4	18

36	4	4	4	4	16
37	1	2	4	5	12
38	3	3	5	4	15
39	1	1	1	1	4
40	2	2	2	2	8
41	2	3	4	5	14
42	4	4	4	4	16
43	3	5	5	4	17
44	3	5	4	4	16
45	4	5	4	5	18
46	3	5	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	3	5	5	5	18
49	3	4	5	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	5	5	4	17
52	3	4	4	4	15
53	3	4	4	4	15
54	3	5	4	5	17
55	4	4	4	4	16
56	3	5	5	5	18
57	3	4	4	4	15
58	3	5	5	4	17
59	3	5	5	5	18
60	3	5	5	4	17
61	4	4	4	4	16
62	3	5	5	5	18
63	3	5	5	5	18
64	3	5	5	5	18
65	3	5	4	5	17
66	4	4	4	4	16
67	5	5	4	5	19
68	5	5	4	5	19
69	4	4	4	4	16
70	2	2	4	3	11
71	4	4	4	4	16
72	3	4	5	5	17
73	5	5	4	5	19
74	5	5	4	5	19
75	3	3	3	3	12
76	3	5	4	4	16
77	4	4	4	4	16

78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	4	5	4	5	18
81	3	3	3	3	12
82	4	4	4	4	16
83	5	5	5	5	20
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	3	3	3	3	12
87	5	5	4	5	19
88	3	4	4	4	15
89	5	5	5	5	20
90	3	3	3	3	12
91	3	4	5	4	16
92	2	5	4	5	16
93	5	4	4	4	17
94	4	4	4	4	16
95	3	3	3	4	13
96	4	4	4	4	16

Kemudahan (X1)

No.	k1	k2	k3	total
1	3	4	5	12
2	5	3	5	13
3	3	4	3	10
4	4	3	4	11
5	3	4	3	10
6	4	3	4	11
7	4	4	4	12
8	5	1	2	8
9	3	4	3	10
10	5	4	5	14
11	4	4	4	12
12	5	5	5	15
13	4	3	4	11
14	4	4	4	12
15	5	3	5	13
16	5	5	5	15
17	5	4	5	14
18	5	5	5	15
19	2	4	5	11

20	5	2	5	12
21	3	5	5	13
22	5	5	3	13
23	3	3	3	9
24	5	3	5	13
25	3	2	2	7
26	4	4	4	12
27	5	3	5	13
28	5	3	5	13
29	4	4	4	12
30	5	3	3	11
31	4	3	4	11
32	5	4	5	14
33	5	4	5	14
34	4	3	4	11
35	5	4	5	14
36	4	4	4	12
37	4	5	4	13
38	5	4	5	14
39	3	4	4	11
40	2	4	5	11
41	4	5	4	13
42	4	4	4	12
43	5	4	5	14
44	4	4	4	12
45	4	5	4	13
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	5	5	5	15
49	5	4	5	14
50	2	4	4	10
51	5	4	5	14
52	4	4	4	12
53	4	5	4	13
54	4	5	4	13
55	4	4	4	12
56	4	5	2	11
57	4	4	4	12
58	5	4	5	14
59	5	5	5	15
60	5	4	5	14
61	4	4	4	12

62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	4	5	4	13
66	4	4	4	12
67	4	5	4	13
68	4	5	4	13
69	4	4	4	12
70	4	3	4	11
71	4	4	4	12
72	5	5	5	15
73	4	5	4	13
74	4	5	4	13
75	3	3	3	9
76	4	4	4	12
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	5	5	5	15
80	4	5	4	13
81	3	3	3	9
82	4	3	4	11
83	5	5	5	15
84	3	4	4	11
85	4	4	3	11
86	3	3	3	9
87	4	5	4	13
88	4	4	4	12
89	5	5	5	15
90	3	3	3	9
91	5	4	5	14
92	4	5	4	13
93	4	4	4	12
94	4	4	4	12
95	3	4	3	10
96	4	4	4	12

Kualitas Layanan (X2)

No.	kl.1	kl.2	kl.3	kl.4	kl.5	Total
1	5	5	5	4	1	20
2	3	5	5	4	5	22
3	2	5	3	4	3	17
4	3	4	4	4	3	18
5	3	3	3	3	3	15
6	2	3	4	3	3	15
7	3	4	4	4	3	18
8	1	5	5	5	1	17
9	4	4	3	4	4	19
10	5	5	5	4	5	24
11	2	4	4	4	2	16
12	4	5	5	5	1	20
13	4	3	4	3	4	18
14	3	4	4	4	3	18
15	3	4	5	3	4	19
16	2	4	5	5	1	17
17	3	4	5	4	2	18
18	4	4	5	5	3	21
19	2	5	5	4	2	18
20	5	5	5	4	5	24
21	4	4	5	5	1	19
22	1	4	5	5	1	16
23	1	3	3	5	1	13
24	1	3	5	3	2	14
25	1	4	2	2	3	12
26	3	5	4	4	3	19
27	3	4	5	3	3	18
28	4	4	5	4	5	22
29	4	4	4	4	1	17
30	3	3	3	3	2	14
31	3	5	4	3	2	17
32	3	4	5	4	1	17
33	3	5	5	4	3	20
34	2	3	3	3	3	14
35	4	5	5	4	3	21
36	4	4	4	4	3	19
37	1	2	4	5	1	13
38	3	3	5	4	3	18
39	1	1	1	1	1	5
40	2	2	2	2	2	10

41	2	3	4	5	1	15
42	4	4	4	4	3	19
43	3	5	5	4	5	22
44	3	5	4	4	3	19
45	4	5	4	5	4	22
46	3	5	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	3	5	5	5	4	22
49	3	4	5	4	3	19
50	4	4	4	4	4	20
51	3	5	5	4	5	22
52	3	4	4	4	3	18
53	3	4	4	4	4	19
54	3	5	4	5	3	20
55	4	4	4	4	4	20
56	3	5	5	5	4	22
57	3	4	4	4	3	18
58	3	5	5	4	3	20
59	3	5	5	5	5	23
60	3	5	5	4	3	20
61	4	4	4	4	4	20
62	3	5	5	5	3	21
63	3	5	5	5	3	21
64	3	5	5	5	5	23
65	3	5	4	5	5	22
66	4	4	4	4	4	20
67	5	5	4	5	5	24
68	5	5	4	5	5	24
69	4	4	4	4	4	20
70	2	2	4	3	4	15
71	4	4	4	4	4	20
72	3	4	5	5	4	21
73	5	5	4	5	5	24
74	5	5	4	5	5	24
75	3	3	3	3	3	15
76	3	5	4	4	3	19
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	5	5	5	25
80	4	5	4	5	4	22
81	3	3	3	3	3	15
82	4	4	4	4	4	20

83	5	5	5	5	5	25
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	3	3	3	15
87	5	5	4	5	5	24
88	3	4	4	4	3	18
89	5	5	5	5	5	25
90	3	3	3	3	3	15
91	3	4	5	4	2	18
92	2	5	4	5	2	18
93	5	4	4	4	4	21
94	4	4	4	4	4	20
95	3	3	3	4	4	17
96	4	4	4	4	4	20

E-Trust (Kepercayaan Elektronik) (X3)

No.	e.1	e.2	e.3	e.4	Total
1	5	5	4	1	15
2	5	5	4	5	19
3	5	3	4	3	15
4	4	4	4	3	15
5	3	3	3	3	12
6	3	4	3	3	13
7	4	4	4	3	15
8	5	5	5	1	16
9	4	3	4	4	15
10	5	5	4	5	19
11	4	4	4	2	14
12	5	5	5	1	16
13	3	4	3	4	14
14	4	4	4	3	15
15	4	5	3	4	16
16	4	5	5	1	15
17	4	5	4	2	15
18	4	5	5	3	17
19	5	5	4	2	16
20	5	5	4	5	19
21	4	5	5	1	15
22	4	5	5	1	15
23	3	3	5	1	12
24	3	5	3	2	13

25	4	2	2	3	11
26	5	4	4	3	16
27	4	5	3	3	15
28	4	5	4	5	18
29	4	4	4	1	13
30	3	3	3	2	11
31	5	4	3	2	14
32	4	5	4	1	14
33	5	5	4	3	17
34	3	3	3	3	12
35	5	5	4	3	17
36	4	4	4	3	15
37	2	4	5	1	12
38	3	5	4	3	15
39	1	1	1	1	4
40	2	2	2	2	8
41	3	4	5	1	13
42	4	4	4	3	15
43	5	5	4	5	19
44	5	4	4	3	16
45	5	4	5	4	18
46	5	4	4	4	17
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	4	19
49	4	5	4	3	16
50	4	4	4	4	16
51	5	5	4	5	19
52	4	4	4	3	15
53	4	4	4	4	16
54	5	4	5	3	17
55	4	4	4	4	16
56	5	5	5	4	19
57	4	4	4	3	15
58	5	5	4	3	17
59	5	5	5	5	20
60	5	5	4	3	17
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	3	18
63	5	5	5	3	18
64	5	5	5	5	20
65	5	4	5	5	19
66	4	4	4	4	16

67	5	4	5	5	19
68	5	4	5	5	19
69	4	4	4	4	16
70	2	4	3	4	13
71	4	4	4	4	16
72	4	5	5	4	18
73	5	4	5	5	19
74	5	4	5	5	19
75	3	3	3	3	12
76	5	4	4	3	16
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	5	4	5	4	18
81	3	3	3	3	12
82	4	4	4	4	16
83	5	5	5	5	20
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	3	3	3	3	12
87	5	4	5	5	19
88	4	4	4	3	15
89	5	5	5	5	20
90	3	3	3	3	12
91	4	5	4	2	15
92	5	4	5	2	16
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	3	3	4	4	14
96	4	4	4	4	16

Pengetahuan (X4)

No.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	total
1	4	5	5	5	4	1	24
2	4	3	5	5	4	5	26
3	2	2	5	3	4	3	19
4	4	3	4	4	4	3	22
5	4	3	3	3	3	3	19
6	4	2	3	4	3	3	19
7	4	3	4	4	4	3	22
8	4	1	5	5	5	1	21

9	4	4	4	3	4	4	23
10	5	5	5	5	4	5	29
11	4	2	4	4	4	2	20
12	4	4	5	5	5	1	24
13	4	4	3	4	3	4	22
14	4	3	4	4	4	3	22
15	4	3	4	5	3	4	23
16	4	2	4	5	5	1	21
17	4	3	4	5	4	2	22
18	4	4	4	5	5	3	25
19	3	2	5	5	4	2	21
20	3	5	5	5	4	5	27
21	4	4	4	5	5	1	23
22	2	1	4	5	5	1	18
23	4	1	3	3	5	1	17
24	3	1	3	5	3	2	17
25	4	1	4	2	2	3	16
26	4	3	5	4	4	3	23
27	4	3	4	5	3	3	22
28	5	4	4	5	4	5	27
29	1	4	4	4	4	1	18
30	4	3	3	3	3	2	18
31	4	3	5	4	3	2	21
32	3	3	4	5	4	1	20
33	4	3	5	5	4	3	24
34	3	2	3	3	3	3	17
35	4	4	5	5	4	3	25
36	3	4	4	4	4	3	22
37	4	1	2	4	5	1	17
38	4	3	3	5	4	3	22
39	4	1	1	1	1	1	9
40	4	2	2	2	2	2	14
41	4	2	3	4	5	1	19
42	4	4	4	4	4	3	23
43	4	3	5	5	4	5	26
44	3	3	5	4	4	3	22
45	2	4	5	4	5	4	24
46	5	3	5	4	4	4	25
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	3	5	5	5	4	25
49	2	3	4	5	4	3	21
50	3	4	4	4	4	4	23

51	3	3	5	5	4	5	25
52	5	3	4	4	4	3	23
53	3	3	4	4	4	4	22
54	5	3	5	4	5	3	25
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	5	5	5	4	25
57	2	3	4	4	4	3	20
58	4	3	5	5	4	3	24
59	4	3	5	5	5	5	27
60	4	3	5	5	4	3	24
61	3	4	4	4	4	4	23
62	3	3	5	5	5	3	24
63	4	3	5	5	5	3	25
64	3	3	5	5	5	5	26
65	2	3	5	4	5	5	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	5	5	4	5	5	28
68	4	5	5	4	5	5	28
69	3	4	4	4	4	4	23
70	5	2	2	4	3	4	20
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	4	5	5	4	24
73	4	5	5	4	5	5	28
74	4	5	5	4	5	5	28
75	4	3	3	3	3	3	19
76	4	3	5	4	4	3	23
77	4	4	4	4	4	4	24
78	3	4	4	4	4	4	23
79	2	5	5	5	5	5	27
80	4	4	5	4	5	4	26
81	3	3	3	3	3	3	18
82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	3	3	3	3	3	19
87	4	5	5	4	5	5	28
88	5	3	4	4	4	3	23
89	5	5	5	5	5	5	30
90	2	3	3	3	3	3	17
91	4	3	4	5	4	2	22
92	3	2	5	4	5	2	21

93	4	5	4	4	4	4	25
94	5	4	4	4	4	4	25
95	2	3	3	3	4	4	19
96	4	4	4	4	4	4	24

LAMPIRAN UJI VALIDITAS

Validitas variabel Kemudahan (X1)

		Correlations			
		k1	k2	k3	kemudahan
k1	Pearson Correlation	1	,127	,513**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,217	,000	,000
	N	96	96	96	96
k2	Pearson Correlation	,127	1	,314**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,217		,002	,000
	N	96	96	96	96
k3	Pearson Correlation	,513**	,314**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000
	N	96	96	96	96
Kemudahan	Pearson Correlation	,733**	,664**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

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

Variabel Validitas Kualitas Layanan (X2)

		Correlations					
		kl1	kl2	kl3	kl4	kl5	kualitaslayanan
kl1	Pearson Correlation	1	,414**	,237*	,300**	,599**	,758**
	Sig. (2-tailed)		,000	,019	,003	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
kl2	Pearson Correlation	,414**	1	,581**	,610**	,361**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
kl3	Pearson Correlation	,237*	,581**	1	,575**	,124	,635**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000		,000	,226	,000
	N	96	96	96	96	96	96
kl4	Pearson Correlation	,300**	,610**	,575**	1	,169	,677**

	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,099	,000
	N	96	96	96	96	96	96
kl5	Pearson Correlation	,599**	,361**	,124	,169	1	,708**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,226	,099		,000
	N	96	96	96	96	96	96
kualitasayanan	Pearson Correlation	,758**	,793**	,635**	,677**	,708**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validasi Variabel E-Trust (Kepercayaan Elektronik) (X3)

		Correlations				
		e1	e2	e3	e4	etrust
e1	Pearson Correlation	1	,581**	,610**	,361**	,839**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
e2	Pearson Correlation	,581**	1	,575**	,124	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,226	,000
	N	96	96	96	96	96
e3	Pearson Correlation	,610**	,575**	1	,169	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,099	,000
	N	96	96	96	96	96
e4	Pearson Correlation	,361**	,124	,169	1	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000	,226	,099		,000
	N	96	9	96	96	96
etrust	Pearson Correlation	,839**	,710**	,738**	,660**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

Validasi Variabel Pengetahuan (X4)

		Correlations						
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	pengetahuan
p1	Pearson Correlation	1	,128	-,037	,028	-,071	,096	,286**
	Sig. (2-tailed)		,211	,720	,786	,486	,352	,005
	N	96	96	96	96	96	96	96

p2	Pearson Correlation	,128	1	,414**	,237*	,300**	,599**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,211		,000	,019	,003	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
p3	Pearson Correlation	-,037	,414**	1	,581**	,610**	,361**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,720	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
p4	Pearson Correlation	,028	,237*	,581**	1	,575**	,124	,616**
	Sig. (2-tailed)	,786	,019	,000		,000	,226	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
p5	Pearson Correlation	-,071	,300**	,610**	,575**	1	,169	,633**
	Sig. (2-tailed)	,486	,003	,000	,000		,099	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
p6	Pearson Correlation	,096	,599**	,361**	,124	,169	1	,702**
	Sig. (2-tailed)	,352	,000	,000	,226	,099		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
pengetahuan	Pearson Correlation	,286**	,757**	,752**	,616**	,633**	,702**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validasi Variabel Minat (Y)

		Correlations				
		m1	m2	m3	m4	minat
m1	Pearson Correlation	1	,414**	,237*	,300**	,688**
	Sig. (2-tailed)		,000	,019	,003	,000
	N	96	96	96	96	96
m2	Pearson Correlation	,414**	1	,581**	,610**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
m3	Pearson Correlation	,237*	,581**	1	,575**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
m4	Pearson Correlation	,300**	,610**	,575**	1	,784**

	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Minat	Pearson Correlation	,688**	,842**	,751**	,784**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran Hasil Uji Realibilitas

Realibilitas Variabel Kemudahan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,578	3

Realibilitas Variabel Kualitas Layanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,748	5

Realibilitas Variabel E-Trust (Kepercayaan Elektronik) (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,683	4

Realibilitas Variabel Pengetahuan (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,691	6

Realibilitas Variabel Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	4

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan	96	7	15	12,33	1,724
kualitaslayanan	96	5	25	18,99	3,387
Etrust	96	4	20	15,71	2,681
Pengetahuan	96	9	30	22,67	3,529
Minat	96	4	20	15,69	2,663
Valid N (listwise)	96				

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,79961689
Most Extreme Differences	Absolute		,110
	Positive		,110
	Negative		-,089
Test Statistic			,110
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,155 ^d
	10% Confidence Interval	Lower Bound	,150
		Upper Bound	,159

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

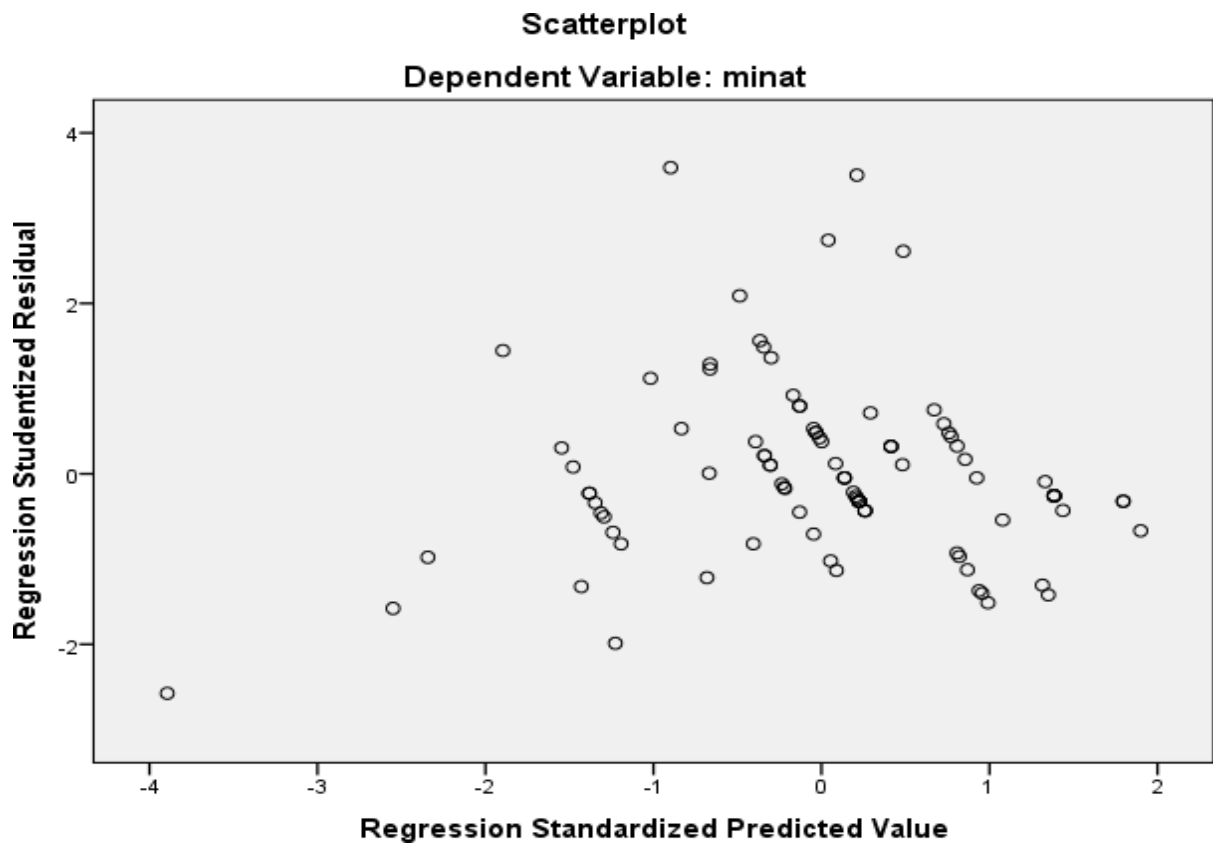
d. Based on 96 sampled tables with starting seed 1993510611.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kemudahan	,676	1,480
	Kualitaslayanan	,892	1,121
	Etrust	,973	1,028
	Pengetahuan	,620	1,613

a. Dependent Variable: minat

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Parsial T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,725	,854		-4,363	,000
	kemudahan	,236	,048	,159	4,931	,000
	kualitaslayanan	,628	,025	,816	25,153	,000
	kepercayaan	,076	,045	,052	1,695	,094
	pengetahuan	,178	,028	,197	6,378	,000

a. Dependent Variable: minat

Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	590,112	4	147,528	306,944	,000 ^b
	Residual	44,218	92	,481		
	Total	634,330	96			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, kualitaslayanan

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965 ^a	,930	,927	,693

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, kualitaslayanan

Lampiran Dokumentasi







Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.57	1.55
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
127	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
128	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
129	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
130	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
131	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
132	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
133	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
134	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
135	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
137	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
138	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
139	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
140	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
141	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
142	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
143	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
144	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.54
145	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.82	1.76	1.71	1.68	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53
146	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53
147	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
148	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
149	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
150	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
151	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
152	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
153	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
154	2.74	2.34	2.12	1.98	1.89	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
155	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
156	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
157	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
158	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.76	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
159	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
160	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
161	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
162	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
163	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
164	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57	1.55	1.53
165	2.74	2.34	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
166	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
167	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
168	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
169	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.56	1.55	1.53
170	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
171	2.74	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
172	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
173	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
174	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
175	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
176	2.73	2.33	2.12	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.64	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
177	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.71	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
178	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
179	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
180	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
182	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
183	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.53
184	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
185	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
186	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
187	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
188	2.73	2.33	2.11	1.98	1.88	1.81	1.75	1.70	1.67	1.63	1.61	1.58	1.56	1.54	1.52
189	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
190	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
191	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
192	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.81	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
193	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
194	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
195	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
196	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
197	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
198	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
199	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
200	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
201	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
202	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
203	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
204	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
205	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
206	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
207	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
208	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
209	2.73	2.33	2.11	1.97	1.88	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
210	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
211	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
212	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
213	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
214	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.75	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
215	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
216	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
217	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52
218	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
219	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
220	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
221	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
222	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
223	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
224	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.54	1.52
225	2.73	2.33	2.11	1.97	1.87	1.80	1.74	1.70	1.66	1.63	1.60	1.58	1.55	1.53	1.52

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

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

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298