

**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
AKSESIBILITAS USAHA PADA PELAKU UMKM DI  
PASAR SANGKUMPAL BONANG KOTA  
PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**ARNI SAIMA PUTRI HARAHAH  
NIM. 21 401 00137**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2025**



**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
AKSESIBILITAS USAHA PADA PELAKU UMKM DI  
PASAR SANGKUMPAL BONANG KOTA  
PADANGSIDIMPUAN**



**Skripsi**

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**ARNI SAIMA PUTRI HARAHAHAP  
NIM. 21 401 00137**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASA AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025**

**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
AKSESIBILITAS USAHA PADA PELAKU UMKM DI  
PASAR SANGKUMPAL BONANG KOTA  
PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**ARNI SAIMA PUTRI HARAHAHAP**  
**NIM : 21 401 00137**

**Pembimbing I**

**Sry Lestari, M.E.I**

**NIP. 19890505 201903 2008**

**Pembimbing II**

**Assa'adatul Khairiyah Tussolihah, M.Ak**

**NIP. 1993021 7202203 2004**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASA AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2025**

Hal : Skripsi  
an. Arni Saima Putri Harahap

Padangsidempuan, 2 Mei 2025  
Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan  
Ahmad Addary Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

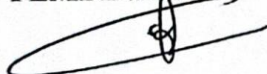
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. Arni Saima Putri Harahap yang berjudul **"Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawab-kan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**PEMBIMBING I**



**Sry Lestari, M.E.I**  
**NIP. 19890505 201903 2008**

**PEMBIMBING II**



**Assa'adatun Khairiyah Tussolihah M.Ak**  
**NIP. 19930217 202203 2004**



## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

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

Nama : Arni Saima Putri Harahap  
NIM : 21 401 00137  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakulta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan”

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan 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 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 5 Juni 2025

Saya yang Menyatakan,



Arni Saima Putri Harahap  
NIM. 21 401 00137

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arni Saima Putri Harahap  
NIM : 21 401 00137  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada Tanggal: 5 Juni 2025  
Saya yang Menyatakan,



  
Arni Saima Putri Harahap  
NIM.21 401 00137



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** : Arni Saima Putri Harahap  
**NIM** : 21 401 00137  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan

**Ketua**

**Sry Lestari, M.E.I**  
**NIDN. 2005058902**

**Sekretaris**

**Arti Damisa, M.E.I**  
**NIDN. 2020128902**

**Anggota**

**Sry Lestari, M.E.I**  
**NIDN. 2005058902**

**H. Aswadi Labis, S.E., M.Si**  
**NIDN. 2007016301**

**Arti Damisa, M.E.I**  
**NIDN. 2020128902**

**Syarifah Isnaini, M.E**  
**NIDN. 2012089103**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Senin/ 16 Juni 2025  
**Pukul** : 10.00 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 80 (A)  
**Indeks Predikat Kumulatif** : 3,83  
**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** : Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan

**Nama** : Arni Saima Putri Harahap

**NIM** : 21 401 00137

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

Padangsidempuan, Juli 2025  
Dekan,  
  
Prof. Dr. Darwis Harahap, S. H.I., M. Si.  
NIP. 19780818 200901 1 015



## ABSTRAK

**Nama : Arni Saima Putri Harahap**  
**NIM : 21 401 00137**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan**

Aksesibilitas Usaha merupakan kemudahan dan kemampuan pelaku usaha khususnya UMKM dalam menjangkau pasar pelanggan dan berbagai layanan secara efektif dan efisien. Meningkatnya adopsi teknologi digital dalam transaksi keuangan, QRIS diharapkan dapat mempermudah pelaku usaha. Kepercayaan konsumen juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan transaksi dan keberlangsungan usaha. Teori yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada konsep penggunaan QRIS sebagai inovasi teknologi dan kepercayaan konsumen sebagai faktor penentu adopsi teknologi sehingga kedua variabel ini diyakini dapat mendukung keberhasilan dan aksesibilitas usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari angket dan wawancara yang dikumpulkan secara langsung dengan proses pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan 90 responden pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan yang telah menggunakan QRIS dalam usahanya. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen: uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis: uji regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (uji R) dengan bantuan perangkat lunak SPSS Versi 26. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Secara simultan penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu aksesibilitas usaha. Penelitian ini meyarankan agar pelaku UMKM lebih aktif menggunakan QRIS dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang transparan dan terpercaya dengan dukungan pemerintah dalam pengembangan sistem pembayaran digital seperti QRIS.

**Kata Kunci: Aksesibilitas Usaha, Kepercayaan Konsumen, QRIS**

## ABSTRACT

**Name : Arni Saima Putri Harahap**  
**Reg. Number : 21 401 00137**  
**Thesis Title : The Effect of the Use of QRIS and Consumer Trust on Business Accessibility for MSME Actors in the Sangkumpal Bonang Market, Padangsidempuan City**

Business Accessibility is the convenience and ability of business actors, especially MSMEs, to reach the customer market and various services effectively and efficiently. With the increasing adoption of digital technology in financial transactions, QRIS is expected to make it easier for business actors. Consumer confidence is also the main factor that influences transaction decisions and business sustainability. The theory used in this study is based on the concept of using QRIS as a technological innovation and consumer trust as a determining factor for technology adoption so that these two variables are believed to be able to support business success and sustainability. The method used in this study is a quantitative approach. The data used in this study are primary data from questionnaires and interviews collected directly with the sampling process carried out by purposive sampling with 90 respondents of MSME actors in the Sangkumpal Bonang market, Padangsidempuan city who have used QRIS in their business. The data analysis techniques used include instrument tests: validity tests and reliability tests, classical assumption tests: normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and hypothesis tests: multiple linear regression tests, partial tests (t tests), simultaneous tests (F tests), and determination coefficient tests with the help of SPSS Software Version 26. This study shows that the use of QRIS has effect on business accessibility in MSME actors with  $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$  calculation, the results of the study also show that consumer confidence has effect on business accessibility in MSME actors with  $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$  calculation. Simultaneously, the use of RIS and consumer trust has lculate effect on business accessibility for MSME actors with a  $F_{\text{calculate}} > F_{\text{tabel}}$  value. So it can be concluded that the two independent variables, namely the use of QRIS and consumer trust, have effect on the dependent variable, namely business accessibility. This research suggests that MSME actors are more active in using QRIS and increasing consumer trust through transparent and reliable services with government support in the development of digital payment systems such as QRIS.

**Keywords: Business Accessibility, Consumer Trust, QRIS**



## ملخص البحث

الاسم : أرني سايم بوتري هاراهاب

رقم التسجيل : ٢١٤٠١٠٠١٣٧

عنوان البحث : تأثير استخدام نظام الاستجابة السريعة وثقة المستهلك على

إمكانية الوصول إلى الأعمال التجارية للجهات الفاعلة في سوق سانغكومبال بونانغ في

مدينة بادانغسيديمبان

إن سهولة الوصول إلى الأعمال التجارية هي سهولة وقدرة الجهات الفاعلة في مجال الأعمال، وخاصة الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، على الوصول إلى أسواق العملاء والخدمات المختلفة بفعالية وكفاءة. ومن المتوقع أن يؤدي الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا الرقمية في المعاملات المالية ونظام الاستجابة السريعة إلى تسهيل الأمر على الجهات الفاعلة في مجال الأعمال. كما أن ثقة المستهلك هي عامل رئيسي يؤثر على قرارات المعاملات واستمرارية الأعمال. وتستند النظرية المستخدمة في هذه الدراسة إلى مفهوم استخدام نظام الاستجابة السريعة كابتكار تكنولوجي وثقة المستهلك كعامل محدد لتبني التكنولوجيا بحيث يُعتقد أن هذين المتغيرين يدعمان نجاح الأعمال واستدامتها. المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الكمي. والبيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي بيانات أولية من الاستبيانات والمقابلات التي تم جمعها مباشرة مع عملية أخذ العينات التي أجريت عن طريق أخذ عينات مقصودة مع ٩٠ مستجيباً من الجهات الفاعلة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سوق سانغكومبال بونانغ بمدينة بادانغسيديمبان الذين استخدموا نظام الاستجابة السريعة في أعمالهم. وتتضمن تقنيات تحليل البيانات المستخدمة اختبار الأداة: اختبار الصلاحية واختبار الموثوقية، واختبار الافتراضات الكلاسيكية: اختبار المعيارية واختبار تعدد التآلف واختبار التباين واختبار التباين واختبار الفرضيات: اختبار الانحدار الخطي المتعدد واختبار الجزئي واختبار المتزامن واختبار معامل التحديد بمساعدة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ٢٦. تظهر هذه الدراسة أن استخدام نظام الاستجابة السريعة له تأثير إيجابي على إمكانية الوصول إلى الأعمال في الجهات الفاعلة في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة مع نتائج الدراسة تظهر أيضاً أن ثقة المستهلك لها تأثير إيجابي على إمكانية الوصول إلى الأعمال في الجهات الفاعلة في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بقيمة في نفس الوقت استخدام نظام الاستجابة السريعة وثقة المستهلك له تأثير إيجابي على إمكانية الوصول إلى الأعمال في الجهات الفاعلة في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بقيمة. لذلك يمكن استنتاج أن المتغيرين المستقلين، أي استخدام نظام الاستجابة السريعة وثقة المستهلك، لهما تأثير إيجابي على المتغير التابع، أي إمكانية الوصول إلى الأعمال التجارية. تشير هذه الدراسة إلى أن الجهات الفاعلة في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة أكثر نشاطاً في استخدام نظام الاستجابة السريعة وزيادة ثقة المستهلك من خلال خدمات شفافة وموثوقة بدعم من الحكومة في تطوير أنظمة الدفع الرقمية مثل نظام الاستجابة السريعة .

الكلمات المفتاحية نظام الاستجابة السريعة، ثقة المستهلك، إمكانية الوصول إلى الأعمال التجارية

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Dengan rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figure seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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 terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak

Erawadi, M. Ag. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr.Rukiah, S.E. M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Windari, M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Sry Lestari, M.E.I selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Assa'adatul Khairiyah tussolihah M.Ak, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah



menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Penghargaan yang paling istimewa kepada Ayahanda Ule Ridonne Harahap dan Ibunda Lanna Sari Silitonga tercinta yang telah menjadi figur utama dalam hidup peneliti yang memberikan fasilitas dan akses pendidikan berupa dukungan moral dan material yang sangat berharga serta berjuang tanpa lelah demi kesuksesan putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
9. Penghargaan istimewa juga peneliti berikan kepada saudara peneliti Baginda Wahyudi Harahap serta saudari peneliti, Meri Yanti Harahap, Dermawan Harahap, Siti Nur Diana Harahap dan Aina Marito Harahap yang juga turut berperan memberikan dukungan dan kasih sayangNya kepada adik bungsu mereka baik dari dukungan moral dan material.

10. Penghargaan dan Terima kasih peneliti ucapkan kepada sahabat-sahabat tercinta yang terdiri dari Charisza, Linda, Urba, Rafiah dan laila yang menjadi bagian proses perjalanan pendidikan peneliti dan menjadi tempat berbagi cerita suka dan duka selama menempuh pendidikan dengan tangis dan tawa yang masih berjalan dan bertahan serta menjadi rumah kedua bagi peneliti disaat jauh dari keluarga.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti tuliskan satu persatu yang turut berkontribusi memberikan dukungan, semangat dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua pihak yang memberikan bantuan selama perkuliahan. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan 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 kekurangannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Juni 2025

**Arni Saima Putri Harahap**  
**NIM. 214 010 0137**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. 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        | Keterangan                  |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba   | B                  | Be                          |
| ت          | Ta   | T                  | Te                          |
| ث          | ša   | š                  | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim  | J                  | Je                          |
| ح          | ḥa   | ḥ                  | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha  | Kh                 | kadan ha                    |
| د          | Dal  | D                  | De                          |
| ذ          | žal  | ž                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra   | R                  | Er                          |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin  | S                  | Es                          |
| ش          | Syin | Sy                 | Es                          |
| ص          | šad  | š                  | es dan ye                   |
| 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          | ‘ain | ‘.                 | 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       |

## 2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| — /   | <i>Fathah</i> | A           | A    |
| — /   | <i>Kasrah</i> | I           | I    |
| — °   | <i>Dommah</i> | U           | U    |

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

| Tanda dan Huruf | Nama                  | Gabungan | Nama    |
|-----------------|-----------------------|----------|---------|
| ...ي°           | <i>Fathah dan Ya</i>  | Ai       | a dan i |
| ° .....         | <i>Fathah dan Wau</i> | Au       | a dan u |

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Harkat dan Huruf | Nama                           | Huruf dan Tanda | Nama                 |
|------------------|--------------------------------|-----------------|----------------------|
| اَ.....اْ        | <i>fathah dan alif atau ya</i> | ā               | a dan garis atas     |
| اِ.....اٍ        | <i>Kasrah dan ya</i>           | ī               | i dan garis di bawah |
| اُ.....اُْ       | <i>dommah dan wau</i>          | ū               | u dan garis di atas  |

### 3. **Ta Marbutah**

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

- Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat *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).

### 4. **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 diberi tanda *syaddah* itu.

### 5. **Kata Sandang**

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

yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. 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.
- b. 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.

## 6. **Hamzah**

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

## 7. **Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun 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.

## 8. **Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam 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 harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## 9. **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.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.



## DAFTAR ISI

|                                                                        |      |
|------------------------------------------------------------------------|------|
| SAMPUL DEPAN                                                           |      |
| HALAMAN JUDUL                                                          |      |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING                                          |      |
| LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI                                     |      |
| LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI                                            |      |
| MUNAQOSYAH                                                             |      |
| LEMBAR PENGESAHAN DEKAN                                                |      |
| ABSTRAK.....                                                           | i    |
| KATA PENGANTAR.....                                                    | iv   |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....                                 | viii |
| DAFTAR ISI .....                                                       | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                                                     | xv   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                    | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                  | xvii |
| <br>                                                                   |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                               |      |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                         | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....                                          | 6    |
| C. Batasan Masalah.....                                                | 7    |
| D. Rumusan Masalah .....                                               | 8    |
| E. Defenisi Operasional Variabel .....                                 | 9    |
| F. Tujuan Penelitian.....                                              | 9    |
| G. Manfaat Penelitian .....                                            | 10   |
| H. Sistematika Pembahasan .....                                        | 10   |
| <br>                                                                   |      |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                                           |      |
| A. Kerangka Teori .....                                                | 12   |
| 1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....                     | 13   |
| 2. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....                  | 15   |
| 3. <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> .....         | 17   |
| a. Pengertian <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> .....     | 17   |
| b. Manfaat <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> ..... | 21   |
| c.. Indikator Variabel Penggunaan QRIS (X1) .....                      | 22   |
| d. Hubungan Penggunaan QRIS Terhadap Aksesibilitas Usaha.....          | 23   |
| 4. Kepercayaan Konsumen .....                                          | 26   |
| a. Pengertian Kepercayaan Konsumen .....                               | 26   |
| b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepercay aan.....                          | 30   |
| c.. Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen .....                | 31   |
| d. Indikator Variabel Kepercayaan Konsumen (X2).....                   | 32   |
| e. Hubungan Kepercayaan Konsumen terhadap Aksesibilitas Usaha.....     | 32   |
| 5. Aksesibilitas Usaha.....                                            | 33   |
| a. Pengertian Aksesibilitas Usaha .....                                | 33   |
| b. Indikator Aksesibilitas Usaha .....                                 | 34   |
| B. Penelitian Terdahulu .....                                          | 36   |

|                         |    |
|-------------------------|----|
| C. Kerangka Pikir ..... | 44 |
| D. Hipotesis .....      | 45 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 46 |
| B. Jenis Penelitian .....           | 46 |
| C. Populasi dan Sampel .....        | 46 |
| D. Sumber Data.....                 | 48 |
| E. Instrumen Pengumpulan Data ..... | 49 |
| F. Teknik Analisis Data.....        | 50 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian ..... | 56 |
| B. Gambaran Umum Responden .....         | 59 |
| C. Analisis Hasil Penelitian.....        | 60 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian.....      | 70 |
| E. Keterbatasan Penelitian .....         | 71 |

### **BAB V PENUTUP**

|                    |    |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 73 |
| B. Implikasi ..... | 73 |
| C. Saran .....     | 74 |

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|             |                                                             |    |
|-------------|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel I.1   | Defenisi Operasional Variabel .....                         | 8  |
| Tabel II.1  | Penelitian Terdahulu .....                                  | 37 |
| Tabel III.1 | Skala <i>Likert</i> .....                                   | 50 |
| Tabel III.2 | Kisi-kisi Angket Variabel Penelitian .....                  | 51 |
| Tabel IV.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....      | 61 |
| Tabel IV.2  | Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan QRIS (X1) .....     | 62 |
| Tabel IV.3  | Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)..... | 62 |
| Tabel IV.4  | Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas Usaha (Y) .....  | 63 |
| Tabel IV.5  | Hasil Uji Reliabilitas .....                                | 64 |
| Tabel IV.6  | Hasil Uji Normalitas.....                                   | 65 |
| Tabel IV.7  | Hasil Uji Multikolinearitas .....                           | 66 |
| Tabel IV.8  | Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                          | 67 |
| Tabel IV.9  | Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....                      | 68 |
| Tabel IV.10 | Hasil Uji Parsial (t).....                                  | 69 |
| Tabel IV.11 | Hasil Uji Simultan (F) .....                                | 70 |
| Tabel IV.12 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R) .....                   | 71 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar III.1 Kerangka Berpikir.....                             | 45 |
| Gambar IV.1 Gambar Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan..... | 60 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|              |                                 |
|--------------|---------------------------------|
| Lampiran I   | : Validasi Angket               |
| Lampiran II  | : Angket Penelitian             |
| Lampiran III | : Hasil Tabulasi Angket         |
| Lampiran IV  | : Hasil Uji Instrumen           |
| Lampiran V   | : Hasil Uji Asumsi Klasik       |
| Lampiran VI  | : Hasil Uji Hipotesis           |
| Lampiran VII | : Dokumentasi Penyebaran Angket |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) memegang peran vital dalam perekonomian Indonesia, dimana sektor ini mencakup lebih dari 99% tenaga kerja nasional. Sebagai tulang punggung ekonomi, UMKM tidak hanya berperan dalam penciptaan lapangan pekerjaan tetapi juga dalam penyediaan barang dan jasa untuk masyarakat luas. Oleh karena itu transformasi digital pada sektor UMKM menjadi sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dan perkembangan UMKM, terutama di era digital seperti sekarang ini.<sup>1</sup>

Salah satu bentuk transformasi digital yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. QRIS adalah standar pembayaran digital berbasis QR yang memungkinkan transaksi antar aplikasi dompet digital yang berbeda. QRIS bertujuan untuk mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi pembayaran, dan memperluas inklusi keuangan bagi pelaku UMKM. Meskipun QRIS telah diperkenalkan dan diterapkan diberbagai wilayah, penggunaanya masih terbatas dibeberapa daerah, termasuk di kota Padangsidempuan, khususnya di Pasar Sangkumpal Bonang.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Mahaitin H Sinaga, Sri Martina, and Djahotman Purba, "Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Simalungun," *Jurnal Ilmiah Accusi* 6, no. 1 (2024): 151–60.

<sup>2</sup> Nuzul Ihsan and Saparuddin Siregar, "Analisis Implementasi Sistem Pembayaran Quick Respond Indonesia Standard (QRIS) Di Pasar Bhakti," *Jurnal Darma Agung* 32, no. 2 (2024): 704–17.

Penggunaan QRIS merupakan inovasi teknologi yang memungkinkan pembayaran digital dengan menggunakan satu kode QR yang dapat dipindai oleh berbagai aplikasi dompet digital seperti, OVO, Gopay, DANA dan lain sebagainya.<sup>3</sup> Bagi pelaku UMKM, QRIS juga meminimalisir kesalahan pencatatan transaksi dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi. Meskipun teknologi ini menjanjikan efisiensi dan kemudahan, banyak pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang yang masih belum sepenuhnya menggunakan QRIS.

Kepercayaan konsumen juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital. Dalam konteks QRIS, kepercayaan konsumen mengacu pada keyakinan konsumen bahwa sistem pembayaran digital ini aman, cepat, dan nyaman digunakan. Kepercayaan yang rendah terhadap pembayaran digital dapat menjadi hambatan besar bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS.<sup>4</sup>

Aksesibilitas usaha mengacu pada kemampuan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, dan mendapatkan layanan keuangan yang lebih mudah. QRIS akan membantu pelaku UMKM untuk melakukan transaksi lebih cepat, mengurangi

---

<sup>3</sup> Ihsan and Siregar.

<sup>4</sup> Digital Bisnis et al., "Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah ( Studi Pada UMKM Di Bandar Lampung ) Berbasis Shared Delivery Channel Yang Digunakan Untuk Men" 3, no. 3 (2024).

ketergantungan pada pembayaran tunai, serta memiliki kesempatan untuk mengakses berbagai layanan keuangan.<sup>5</sup>

Akan tetapi aksesibilitas usaha tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi oleh UMKM, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kepercayaan konsumen terhadap teknologi pembayaran digital. Apabila konsumen tidak yakin atau tidak nyaman bertransaksi melalui QRIS, walaupun UMKM telah menerapkannya, aksesibilitas usaha mereka akan tetap terbatas, karena konsumen tidak akan memanfaatkannya secara maksimal.

Penelitian yang dilakukan oleh Leo Agung Dkk yang berjudul "Implementasi Pembayaran Digital QRIS untuk Meningkatkan Aksesibilitas Transaksi UMKM di Banyuwangi" menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan aksesibilitas transaksi para pelaku UMKM, terutama dalam hal efisiensi dan perluasan jangkauan pasar. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidimpuan, karena sama-sama menyoroti pentingnya digitalisasi sistem pembayaran dalam menunjang kemudahan dan keterjangkauan usaha di sektor UMKM.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Rita Desi Safitri et al., "Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Pengelolaan Keuangan UMKM Abstrak Era Digital Memberikan Kemudahan Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah Usaha , Bahkan Dalam Situasi Krisis Ekonomi Dan Salah Satu Tantangan Utama Yang Sering Undang Republik" 5, no. 2 (2024): 428–37.

<sup>6</sup> Leo Agung et al., "Implementasi Pembayaran Digital QRIS Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Transaksi UMKM Di Banyuwangi" 1, no. 11 (2024): 1980–84.

Anita. Dkk dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa, selain kemudahan yang ditawarkan oleh QRIS, kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital juga menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan konsumen saat bertransaksi. Konsumen yang merasa aman dan nyaman dengan metode pembayaran seperti QRIS akan lebih cenderung memilih tempat usaha yang menyediakan opsi tersebut. Dalam konteks ini, tingkat kepercayaan konsumen terhadap QRIS menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing dan aksesibilitas usaha, termasuk bagi pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang yang harus bersaing dengan pelaku usaha lain yang telah mengadopsi pembayaran digital.<sup>7</sup>

Meskipun QRIS menawarkan berbagai keuntungan, sebagian besar pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang belum mengadopsinya, yang mengarah pada terbatasnya aksesibilitas dan daya tarik usaha mereka. Beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam adopsi QRIS antara lain kurangnya pemahaman teknologi dan keterbatasan infrastruktur, yang membuat beberapa pelaku usaha masih mengandalkan transaksi tunai. Kondisi ini berisiko membatasi aksesibilitas usaha mereka, terutama dalam menjangkau konsumen yang lebih memilih metode pembayaran digital. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS di Pasar Sangkumpul

---

<sup>7</sup> Anita, Tubagus Rifqy Thantawi, and Ermi Suryani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas UMKM Terhadap Produk Pembiayaan Di Bank Umum Syariah (Studi Di Kecamatan Pamijahan Bogor, Kabupaten Bogor)," *Sahid Banking Journal* 1, no. 01 (2022): 45–59.

Bonang, serta memahami bagaimana adopsi QRIS dapat berkontribusi terhadap peningkatan aksesibilitas usaha di era digital ini.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara bersama pelaku UMKM dipasar sangkumpul bonang sebagai berikut:

Wawancara bersama ibu Aini Maridya dengan nama toko Mustika Bag's selaku pelaku UMKM di pasar sangkumpul bonang mengungkapkan bahwa:

Di pasar seperti Pasar Sangkumpul Bonang ini, mayoritas transaksi memang masih dilakukan secara tunai. Saya pribadi merasakan kesulitan, terutama ketika ada konsumen yang datang membawa uang sedikit atau lebih memilih menggunakan aplikasi pembayaran seperti QRIS. Saya sering mendengar keluhan dari mereka yang ingin membayar dengan QRIS tapi tidak bisa, padahal mereka sebenarnya berminat membeli lebih banyak. Ini jadi masalah buat usaha saya karena kalau saya tidak bisa mengikuti tren digitalisasi ini, saya khawatir usaha saya akan kalah saing dengan pedagang lain yang sudah menerima QRIS.<sup>8</sup>

Wawancara bersama ibu Dea salah satu penjual accesoris selaku pelaku UMKM di pasar sangkumpul mengungkapkan bahwa:

Aksesibilitas usaha saya masih terbatas karena kami hanya menerima pembayaran tunai. Banyak konsumen, terutama dari kalangan anak muda atau yang datang dari luar kota, lebih suka menggunakan QRIS untuk bertransaksi. Mereka sering kali kecewa ketika saya tidak bisa menyediakan opsi pembayaran tersebut. Saya sudah sadar kalau QRIS bisa sangat membantu usaha saya agar lebih banyak orang yang bisa bertransaksi, tetapi saya masih bingung tentang cara mendaftar dan menggunakannya, karena rasanya cukup rumit dan saya khawatir akan membuat kesalahan.<sup>9</sup>

Wawancara bersama Ibu Helena salah satu penjual pakaian dan selaku pelaku UMKM di pasar sangkumpul bonang mengungkapkan bahwa:

---

<sup>8</sup> Aini Maridya, Pelaku UMKM Pemilik usaha Toko Tas, *Wawancara (Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan, 18 Desember 2024. Pukul 11.00 WIB)*.

<sup>9</sup> Dea, Pelaku UMKM Pemilik Usaha Accesoris, *Wawancara (Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan, 18 Desember 2024. Pukul 11.25 WIB)*.

Aksesibilitas usaha saya cukup terbatas, terutama ketika ada konsumen yang ingin membayar dengan QRIS, tetapi saya belum mengadopsinya. Di pasar ini, banyak pembeli yang lebih nyaman menggunakan aplikasi pembayaran digital, apalagi mereka yang datang dari luar kota atau generasi muda. Saya merasa jika saya bisa menggunakan QRIS, usaha saya akan lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang. Namun, saya masih ragu dan takut kalau teknologi ini justru akan menambah kerumitan dalam usaha saya.<sup>10</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar sangkumpal bonang masih terbatas. Keterbatasan ini disebabkan karena kurangnya penggunaan QRIS dan minimnya kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran tunai yang memiliki banyak kekurangan dalam proses transaksinya seperti keterbatasan waktu, lokasi serta jangkauan transaksi.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh penggunaan *QRIS* terhadap aksesibilitas usaha bagi pelaku UMKM. Pendekatan kuantitatif akan digunakan untuk mengukur sejauh mana penggunaan *QRIS* berdampak pada peningkatan aksesibilitas usaha bagi para pelaku UMKM dengan judul penelitian **“Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Helena, Pelaku UMKM Pemilik Usaha Pakaian, *Wawancara (Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, 18 Desember 2024. Pukul 11.40 WIB)*.



1. Penggunaan QRIS belum menjadi metode pembayaran yang dipilih oleh pelaku UMKM di pasar sangkumpal bonang, Karena pembayaran tunai masih menjadi pilihan utama pelaku UMKM dalam melakukan transaksi.
2. Kepercayaan konsumen dalam penggunaan metode transaksi tunai menjadi alasan penggunaan metode ini. Pelaku UMKM dipasar ini masih kurang mengadopsi sistem pembayaran dengan sistem barcode (QRIS) dalam menjalankan usahanya.
3. Pelaku UMKM di pasar sangkumpal bonang menghadapi berbagai kesulitan dalam melakukan transaksi tunai seperti kesulitan mrngembalikan uang pelanggan karena kurangnya pecahan kecil jika uang pelanggan bernilai besar menjadi keterbatasan aksesibilitas usaha UMKM.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka batasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan. Penelitian ini berfokus pada penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM yang beroperasi di pasar tersebut. Batasan ini bertujuan agar penelitian tetap terarah dan memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidiempuan?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidiempuan?
3. Apakah penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal bonang kota Padangsidiempuan?

#### E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yang dimana variable X1 adalah penggunaan *QRIS*, variabel X2 yaitu tingkat kepercayaan konsumen, dan variabel Y yaitu aksesibilitas usaha. Definisi operasional variabel dibuat untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

**Tabel I. 1**  
**Defenisi Operasional Variabel**

| <b>Variabel</b>                        | <b>Defenisi</b>                                                                                                                                                                                         | <b>Indikator</b>                                                         |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Aksesibilitas Usaha (Y). <sup>11</sup> | Aksesibilitas usaha adalah kemudahan lokasi usaha dijangkau oleh pelanggan, pemasok, dan karyawan. Aksesibilitas yang baik dapat menjadi salah satu faktor yang membuat lokasi usaha menjadi strategis. | 1. Kemudahan Transaksi<br>2. Peningkatan volume transaksi. <sup>12</sup> |

<sup>11</sup> Putri Myang Sari, *Aksesibilitas Penyandang Ketunaan Dalam Lingkup Pendidikan Di Kota Surakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Sekolah Inklusi Di Kota Surakarta)*, 2010.

<sup>12</sup> Keuangan Nitro Makassar, *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2021.

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                           |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Penggunaan <i>QRIS</i> ( $X_1$ ). <sup>13</sup> | QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar kode QR pembayaran yang digunakan untuk mempermudah transaksi elektronik di Indonesia. QRIS dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). | 1. Efisiensi waktu dan biaya<br>2. Kemudahan penggunaan<br>3. Transparansi keuangan bisnis. <sup>14</sup> |
| Kepercayaan Konsumen ( $X_2$ ). <sup>15</sup>   | Kepercayaan konsumen atau customer trust adalah keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap suatu perusahaan atau merek. Kepercayaan ini didasarkan pada pengetahuan dan kesimpulan konsumen tentang produk atau layanan yang ditawarkan.     | 1. Keamanan transaksi<br>2. Tingkat kepuasan konsumen<br>3. Manfaat dan kualitas produk. <sup>16</sup>    |

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal bonang kota Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal bonang kota Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui apakah penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar

<sup>13</sup> Katherine Amelia Dyah Sekarsari, C. Dyah Sulistyaningrum I, and Anton Subarno, "Optimalisasi Penerapan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Pada Merchant di Wilayah Surakarta," JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran) 5, no. 2 (2022): 42.

<sup>14</sup> Bank Indonesia, *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025* (Jakarta; Bank Indonesia, 2019), hlm. 41-42.

<sup>15</sup> Kotler, *Kepercayaan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan*, 2016.

<sup>16</sup> Suyanto. "Mengenal E- Commerce: Pengertian, Model dan Strategi." Jakarta. hlm. 101.

Sangkumpul bonang kota Padangsidempuan.

## **G. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam bidang pemahaman UMKM dan QRIS dan dapat meningkatkan kemampuan dalam penulisan karya ilmiah.

### **2. Bagi Akademisi**

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar dalam proses belajar di tingkat perkuliahan guna meningkatkan pengetahuan mahasiswa terkait penerapan UMKM dan pembayaran non tunai seperti *QRIS*.

### **3. Bagi Masyarakat**

Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat untuk mengimplementasikan QRIS sebagai alat pembayaran non tunaiseperti QRIS yang memberikan kemudahan akses dalam melakukan transaksi.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam penelitian ini untuk mempermudah agar sesuai dengan permasalahan yang ada, maka peneliti membuat sistematika penulisan skripsi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut:

**Bab I B:** Bab ini berisikan latar belakang skripsi tersebut dibuat dan alasan-alasan yang menjadi pedoman. Kemudian dilanjutkan dengan identifikasi masalah yaitu lanjutan yang dibuat dalam penelitian dan mendeteksi

permasalahan apa saja yang ada di latar belakang. Batasan penelitian dibuat untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan mendalam. Selanjutnya perumusan masalah dan tujuan penelitian serta variabel penelitian yang jelas satu persatu dan mengambil poin inti agar dapat dipahami pada pembahasan selanjutnya.

**Bab II:** Bab ini membahas landasan teori, yang di dalamnya mencakup beberapa sub bab yaitu: kerangka teori merupakan pembahasan dan uraian-uraian tentang objek penelitian sesuai dengan teori, selanjutnya penelitian terdahulu merupakan hasil kajian atau penelitian dari orang lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, selanjutnya kerangka pikir merupakan pemikiran peneliti tentang variabel atau masalah penelitian yang ingin diselesaikan.

**Bab III:** Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis dan metode penelitian, sumber data, instrument pengumpulan data, teknik pengumpulan data, serta teknik pengecekan data.

**Bab IV:** Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang meliputi temuan umum dan khusus yang disertai dengan pembahasan hasil peneliti

**Bab V:** Bab ini berisikan penutup dan meliputi kesimpulan dan saran-saran peneliti.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

Penelitian ini berlandaskan pada kerangka teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang dikembangkan oleh Davis (1989), untuk memahami bagaimana adopsi teknologi pembayaran digital QRIS memengaruhi aksesibilitas usaha pelaku UMKM. TAM memberikan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana persepsi pelaku usaha terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaan QRIS dapat mendorong penerimaan teknologi ini, yang pada gilirannya memengaruhi kepercayaan konsumen dan kinerja UMKM.

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan kerangka teori yang menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi baru. Model ini berfokus pada dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks penelitian ini, QRIS dapat diterima oleh pelaku UMKM jika mereka merasa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata, seperti peningkatan efisiensi transaksi dan perluasan jangkauan pasar.<sup>17</sup>

Dalam konteks kepercayaan konsumen, *agency theory* yang diperkenalkan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling melengkapi TAM dengan menunjukkan bahwa penggunaan teknologi seperti QRIS

---

<sup>17</sup> Hussein Gibreel Musa et al., "Marketing Research Trends Using Technology Acceptance Model (TAM): A Comprehensive Review of Researches (2002–2022)," *Cogent Business and Management* 11, no. 1 (2024).

dapat membangun hubungan yang lebih transparan dan aman antara pelaku UMKM dan konsumen. Kepercayaan ini menjadi salah satu pendorong utama bagi konsumen untuk memilih UMKM yang memanfaatkan teknologi modern dalam transaksi mereka.<sup>18</sup>

Penelitian ini juga berlandaskan pada *Diffusion of Innovation Theory* yang dikemukakan oleh *Everett M. Rogers (1995)*, yang menjelaskan bagaimana sebuah inovasi seperti QRIS, dapat diadopsi oleh individu atau organisasi melalui proses tertentu. QRIS sebagai teknologi pembayaran digital berfungsi untuk meningkatkan aksesibilitas usaha pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang dengan mempermudah transaksi, memperluas jangkauan konsumen, dan mendukung penerapan teknologi modern. Dalam teori ini, adopsi QRIS oleh UMKM bergantung pada persepsi pelaku usaha terhadap manfaatnya, kemudahan penggunaannya, dan kesesuaiannya dengan kebutuhan usaha mereka.<sup>19</sup>

### 1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Biasanya bisnis UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. Pemerintah telah mengatur seputar pengelolaan UMKM ini dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha

---

<sup>18</sup> Hans Landstrom, "Agency Theory and Its Application to Small Firms: Evidence from the Swedish Venture Capital Market," *The Journal of Entrepreneurial Finance* 2, no. 3 (1993): 203–18,.

<sup>19</sup> Alan R. Weil, "Diffusion of Innovation," *Health Affairs* 37, no. 2 (2018): 175–175.

Mikro, Kecil, dan Menengah.<sup>20</sup>

UMKM juga tidak hanya memberikan kontribusi yang besar pada PDB tiap tahunnya. Akan tetapi, bisnis ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bahkan, UMKM juga mampu bertahan saat krisis pangan, seperti yang terjadi di tahun 1998. Saat itu, banyak sekali bisnis yang tumbang akibat krisis ekonomi, namun aktivitas bisnis UMKM bisa tetap berjalan. Maka dari itu, masyarakat menyebut bahwa UMKM merupakan penyelamat bangsa di tengah kondisi yang kelam.<sup>21</sup>

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, UMKM adalah unit usaha yang memiliki ciri-ciri jumlah aset atau nilai penjualan tahunan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh pemerintah, serta memiliki kepemilikan dan pengoperasian yang dikelola oleh satu atau beberapa orang warga negara Indonesia. Menurut Direktorat Jendral Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Menengah, UMKM adalah unit usaha yang memiliki jumlah pekerja tidak melebihi 200 orang dan memiliki aset tidak lebih dari Rp 10 miliar. Menurut Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 17/Per/M.KUKM/XII/2015, UMKM adalah usaha yang memiliki jumlah aset paling banyak Rp 500 juta (untuk usaha mikro), Rp 10 miliar (untuk usaha kecil), dan UMKM adalah usaha yang memiliki jumlah aset paling

---

<sup>20</sup> Sri Sarjana, Aprilina Susandini, and Zul Azmi, *Manajemen UMKM, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11).

<sup>21</sup> Tiris Sudartono et al., *Kewirausahaan Umkm Di Era Digital*, Cv Widina Media Utama, 2022.



banyak Rp 500 juta (untuk usaha mikro), Rp 10 miliar (untuk usaha kecil), dan Rp 50 miliar (untuk usaha menengah).<sup>22</sup>

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dan memperbaiki kesejahteraan rakyat. Dalam konteks ini, peningkatan sektor UMKM memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat.

## 2. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah

UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar. Beberapa karakteristik umum UMKM antara lain:

### a. Modal Terbatas

UMKM umumnya dimulai dengan modal yang terbatas. Pemilik usaha sering kali bergantung pada tabungan pribadi, pinjaman kecil, atau bantuan keuangan dari keluarga atau teman.

### b. Jumlah karyawan terbatas

UMKM biasanya memiliki jumlah karyawan yang terbatas. Beberapa bahkan hanya dijalankan oleh satu orang atau keluarga pemilik usaha. Namun, ada juga UMKM yang memiliki beberapa puluh karyawan.

### c. Pasar lokal atau regional

UMKM cenderung fokus pada pasar lokal atau regional.

---

<sup>22</sup> Putri Salsabila Indrawan Lubis and Rofila Salsabila, "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia," *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2024): 91–110.

Mereka melayani kebutuhan dan permintaan di daerah sekitar mereka, meskipun beberapa juga bisa beroperasi secara nasional atau bahkan internasional.

d. Inovasi dan fleksibilitas

UMKM sering kali memiliki keunggulan dalam inovasi dan fleksibilitas. Mereka dapat dengan cepat menyesuaikan produk atau layanan mereka dengan perubahan tren atau kebutuhan pasar yang baru.

e. Tingkat Kepemilikan Yang Individual dan Keluarga UMKM sering kali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau keluarga. Ini memberikan sentuhan pribadi dalam operasionalnya dan pemilik. Salah satu tempat yang menjadi wadah bagi UMKM lokal dipadangsidimpuan dalam melakukan operasional usahanya.<sup>23</sup>

Salah satu tempat yang menjadi wadah bagi UMKM lokal padangsidimpuan dalam melakukan operasional usahanya adalah Pasar Sangkumpal Bonang. Sangkumpal Bonang adalah salah satu nama pasar tradisional di Padangsidimpuan. Pasar ini didirikan pada tahun 2003 dengan luas lahan 6.836 m<sup>2</sup>. Luas Bangunan 2.162,5 m<sup>2</sup> dan terdiri dari tiga lantai. Lokasi Pasar Sanggumpal Bonang berada Kelurahan Wek II Kecamatan Padangsidimpuan Utara. Pasar ini terletak di belakang Plaza Anugrah Trade Center. Pasar ini setiap harinya sangat ramai sehingga banyak pedagang yang berjualan dari

---

<sup>23</sup> Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84.

dini hari hingga sore hari. Mereka berjualan di pinggir jalan dimana tempat kendaraan lalu lalang melintasi pasar tersebut.<sup>24</sup>

Pada masa kemerdekaan Kota Padangsidempuan merupakan pusat pemerintahan dari lembah Tapanuli Selatan, dan pernah menjadi ibu kota Kabupaten Angkola Sipirok sampai bergabung kembali Kabupaten Mandailing Natal. Seiring perkembangan masa tempat ini terus berkembang. Melalui aspirasi masyarakat dan dukungan pemerintah tingkat II Kabupaten Tapanuli Selatan melalui rekomendasi DPRD Tapanuli Selatan No 15/KPTS/1992 dan No 16/KPTS/1992 Padangsidempuan diusulkan menjadi kota madya tingkat II dan menjadi kota madya tingkat II dan menjadi kota administratif berdasarkan PP No 32 Tahun 1982, kemudian sejak tanggal 21 Juni 2001, berdasarkan UU No 4 Tahun 2001 Padangsidempuan ditetapkan sebagai daerah otonom. Sehingga menjadikan kota Padangsidempuan menjadi lokasi yang strategis untuk mengembangkan usaha bagi para pelaku UMKM.<sup>25</sup>

### **3. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)**

#### **a. Pengertian *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)***

*QR Code* merupakan serangkaian kode matriks atau barcode dusdimensi yang memuat informasi seperti identitas pengguna,

---

<sup>24</sup> Puji Kurniawan and Sry Lestari, "Marengge-Rengge: Upaya Membantu Kebutuhan Keluarga (Studi Terhadap Perempuan Di Pasar Sangkum Pal Bonang Kota Padangsidempuan)," *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 6, no. 1 (2020): 116.

<sup>25</sup> Dedi Mulyadi, "International Seminar on Islamic Studies , IAIN Bengkulu , March 28 2019 | Page263," Eliya, I. A. S. (2019). *International Seminar on Islamic Studies , IAIN Bengkulu , March 28 2019 | Page263*. 263–269., no. 1 (2019): 263–69.

nominal pembayaran, dan mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu yang digunakan untuk transaksi pembayaran. Di Indonesia hal tersebut dinamakan dengan QRIS atau *QR Code* Indonesian Standard. QRIS merupakan standar *QR Code* untuk sistem pembayaran. Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan ASPI atau Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia.<sup>26</sup>

QRIS mengusung karakteristik UNGGUL yang merupakan singkatan dari Universal, Gampang, Untung, dan Langsung.<sup>27</sup> Berikut penjelasan dari masing-masing karakteristiknya:

1. UNiversal, artinya inklusif untuk seluruh lapisan masyarakat dan dapat digunakan di dalam maupun luar negeri.
2. GampanG, artinya transaksi dilakukan dengan mudah dan aman dalam satu genggam.
3. Untung, artinya efisien karena satu kode QR bisa untuk semua aplikasi.
4. Langsung, artinya transaksi cepat dan seketika sehingga mendukung kelancaran sistem pembayaran.

Penerapan QRIS di Indonesia memiliki perbedaan yang cukup mendasar antara penggunaannya di bank syariah dan bank konvensional, yang didasarkan pada prinsip dasar transaksi dan

---

<sup>26</sup> Dwi Yanti Sahriana, Mustafa Kamal Rokan, "Analisis Efektivitas Penggunaan QRIS (Quick Response-Code Indonesian Standard) Untuk Mendukung Paperless Di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Padang Bulan," *Journal Economy and Currency Study (JECS)* 4, no. 2 (2022): 1–11.

<sup>27</sup> Sidna Wafa Almaghfiroh et al., "Proses Pengambilan Keputusan Adopsi Inovasi Transaksi Elektronik Melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Kalangan," 2024.

produk yang mereka tawarkan. Perbedaan mendasar antara implementasi QRIS di bank syariah dan bank konvensional terletak pada aspek prinsip dasar transaksi dan produk yang disediakan, yang didasarkan pada aturan syariat Islam atau prinsip ekonomi konvensional.

Penggunaan QRIS di bank syariah harus mengikuti prinsip-prinsip syariah, yakni menjamin bahwa seluruh transaksi yang dilakukan sesuai dengan ketentuan halal dan bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian berlebihan), dan maysir (judi atau spekulasi), serta menempatkan keadilan dan keberlanjutan sebagai aspek utama. Oleh karena itu, dalam praktiknya, QRIS di bank syariah harus dilengkapi dengan sertifikasi dan pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah agar transaksi pembayaran menggunakan QR tersebut benar-benar sesuai syariat. Selain itu, penerapan QRIS di bank syariah biasanya disertai dengan penekanan pada transparansi proses dan menjaga keadilan antara pelaku usaha dan konsumen, termasuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan tidak memuat unsur maksiat dan sesuai dengan norma sosial dan agama.<sup>28</sup>

Sementara itu bank konvensional, QRIS lebih bersifat fleksibel dan berorientasi pada efisiensi serta kemudahan akses transaksi, tanpa harus mempertimbangkan aspek syariat. Dalam konteks ini, penggunaan QRIS di bank konvensional lebih difokuskan pada

---

<sup>28</sup> Ahmad Ali, Muhammad Fahminuddin, and Sunan Hidayatullah, "Finansial Teknologi Syariah Dan Bank Digital," *Zhafir: Journal of Islami*. 4, no. 1 (2022): 47–60.

inovasi teknologi agar transaksi keuangan menjadi lebih cepat, aman, dan praktis, serta mendukung penyaluran produk dan layanan keuangan secara luas. Bank konvensional biasanya tidak menerapkan pengawasan khusus terkait prinsip syariah, sehingga penggunaannya lebih mengacu pada kebijakan internal bank dan standar industri digital payment yang berlaku secara nasional.

Selain perbedaan dari aspek prinsip syariat, perbedaan lain yang mencolok terletak pada aspek inovasi teknologi dan layanan yang diberikan. Pada bank syariah, penggunaan QRIS seringkali disesuaikan dengan kebutuhan dan prinsip-prinsip etika bisnis syariah, sehingga pengembangan fitur dan layanan cenderung lebih konservatif dan berorientasi pada keadilan sosial serta keberlanjutan ekonomi. Sedangkan di bank konvensional, penerapan QRIS lebih berbasis pada adopsi teknologi terbaru yang mengikuti tren industri finansial global, dengan fokus pada inovasi cepat dan peningkatan efisiensi operasional.

Kemudian dilihat dari segi target pasar, QRIS bank syariah biasanya lebih diarahkan kepada pelanggan yang mengutamakan prinsip syariat dan etika bisnis dalam bertransaksi, sementara di bank konvensional, QRIS digunakan untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat yang mengutamakan kepraktisan dan efektivitas transaksi keuangan digital.

### **b. Manfaat Quick Response code Indonesian Standard (QRIS)**

1. Cepat dan kekinian
2. Tidak perlu repot membawa uang tunai
3. Terlindungi karena sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.
4. Kekinian sehingga mampu meningkatkan branding.
5. Lebih praktis karena cukup menggunakan satu kode QR.
6. Mengurangi biaya pengelolaan kas.
7. Terhindar dari uang palsu.
8. Tidak perlu menyediakan uang kembalian.
9. Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat di aplikasi.
10. Manajemen uang antara uang untuk usaha dan pribadi.

Dengan adanya pembayaran non tunai menggunakan *QR Code* akan memudahkan transaksi yang akan dilakukan antara penjual dan pembeli dengan scan code yang telah disediakan oleh penjual. Penjual tidak harus bersusah payah lagi mencari uang dengan nominal kecil untuk mengembalikan uang pembeli dan pembeli juga tidak bersusah payah lagi harus membawa uang tunai saat melakukan pembelian. Pembayaran nontunai ini juga menghindari penjual mendapatkan uang palsu saat melakukan transaksi. Dengan adanya *QRIS* ini membantu merchant untuk lebih efisien dalam melakukan transaksi atau pembayaran non tunai

dengan pembeli.<sup>29</sup>

### **c. Indikator Penggunaan QRIS**

#### **1. Efisiensi Waktu dan Biaya**

Penggunaan QRIS mampu mempercepat proses transaksi sehingga mengurangi waktu yang dibutuhkan dalam pembayaran. Sistem ini juga mengurangi biaya operasional terkait pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan, dibandingkan dengan metode pembayaran tunai atau sistem manual.

#### **2. Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan dalam mengakses dan mengoperasikan QRIS, baik dari perangkat smartphone maupun perangkat pembaca QR code.

Kemudahan dalam mengintegrasikan QRIS dengan aplikasi pembayaran digital atau e-wallet yang digunakan pelaku UMKM maupun konsumen.

#### **3. Transparansi Keuangan Bisnis**

Indikator transparansi keuangan bisnis meliputi beberapa aspek yang menunjukkan tingkat keterbukaan dan kejelasan informasi keuangan dalam usaha, terutama pelaku UMKM yang menggunakan sistem pembayaran digital seperti QRIS.

---

<sup>29</sup> Wenti Ayu Sunarjo, Siti Nurhayati, and Isnah Karimah, "Pendampingan Pengenalan Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard (Qris) Sebagai Inovasi Pembayaran Cashless Bagi Ukm Di Desa SumurJomblangBogo, Kec, Bojong, Kab, Pekalongan," *Journal Of Social Community Services* 02, no. 03 (2023): 1–4.



#### **d. Hubungan Penggunaan QRIS Terhadap Aksesibilitas Usaha**

Penggunaan QRIS merupakan adopsi standar pembayaran berbasis QR Code untuk memfasilitasi transaksi non-tunai secara praktis, aman dan terintegrasi dengan berbagai platform pembayaran di Indonesia yang dapat digunakan dengan berbagai aplikasi pembayaran dompet digital maupun mobile banking, sehingga transaksi lebih cepat, aman dan efisien.<sup>30</sup>

Leo Agung Dkk dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi Pembayaran Digital QRIS untuk Meningkatkan Aksesibilitas Transaksi UMKM di Banyuwangi” menyimpulkan bahwa implementasi penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas transaksi UMKM di Banyuwangi.

Adapun hubungan penggunaan QRIS terhadap aksesibilitas usaha yaitu penggunaan QRIS dapat meningkatkan kemudahan transaksi dan kecepatan pembayaran yang membuat konsumen lebih nyaman berbelanja dan dapat memberikan peningkatan peluang aksesibilitas usaha UMKM.

Prinsip-prinsip dalam Islam juga memberikan arahan yang jelas terkait transaksi dan kegiatan ekonomi, sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadis. Dalam penelitian ini, penggunaan QRIS sebagai inovasi dalam transaksi usaha dan kepercayaan konsumen

---

<sup>30</sup> Rahayu T dan Ardiansyah, M., Pengaruh QUICK Response Code Indonesian Standard (QRIS) Terhadap Kemudahan Transaksi Digital di Era Pandemi “. Jurnal Manajemen dan Bisnis, vol.10, No.2, 2020, hal.44-45.

terhadap pelaku UMKM dapat dilihat sebagai upaya mewujudkan nilai-nilai Islami, seperti kejujuran, transparansi, dan kemudahan akses dalam perdagangan.

Sebagaimana Allah berfirman dalam surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”<sup>31</sup>

Berkaitan dengan Surat An-Nisa’ Ayat 29 ini, Ibn Katsīr menjelaskan bahwa Allah Ta’ala telah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman dari memakan harta orang lain dengan cara yang batil. Yaitu segala bentuk usaha mendatangkan harta yang tidak disyariatkan seperti riba dengan segala variannya, perjudian, dan seluruh bentuk transaksi yang mengandung penipuan dan spekulasi. Walaupun secara lahir hukum syar’inya hanya Allah yang mengetahui bahwa transaksi tersebut dilakukan oleh para pelakunya dalam rangka ingin mengelak dari perbuatan riba.

Adapun terkait makna saling ridha, maka Ibn Katsīr menukil pendapat Imam Syafii bahwa ayat ini dijadikan dalil oleh Syafii Semoga Allah merahmatinya bahwa jual beli itu tidak sah kecuali

---

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, “Al-Quran Dan Terjemahannya,” 2002.

dengan adanya ijab dan kabul. Karena hal ini menunjukkan keridhaan secara verbal. Berbeda dengan Al-Mu'āṭah (jual beli tanpa adanya perkataan ijab kabul), maka ini tidak menunjukkan saling ridha secara pasti.<sup>32</sup>

Sebagaimana dijelaskan dalam Surah An-Nisa ayat 29 di atas, Islam menganjurkan perdagangan yang didasarkan pada prinsip kerelaan dan keadilan. Hal ini relevan dengan penggunaan QRIS sebagai inovasi transaksi modern yang mendukung kemudahan, transparansi, dan kepercayaan konsumen dalam usaha pelaku UMKM.

Ayat ini juga sesuai dengan hadis Nabi SAW yang menekankan pentingnya kejujuran dan kemudahan dalam aktivitas perdagangan. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, disebutkan bahwa:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

*Pedagang yang jujur dan terpercaya akan mendapatkan kedudukan yang mulia di sisi Allah, bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada. (HR. Tirmidzi 3/515 no. 1209).*

---

<sup>32</sup> Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-Azim*, Jilid 2 (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 1998), hlm. 205.

## 4. Kepercayaan Konsumen

### a. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kesediaan suatu pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain, berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang mempercayai, terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengontrol pihak lain tersebut. Kepercayaan adalah sikap mental dan perilaku yang muncul ketika pelanggan yakin bahwa penyedia layanan atau produk akan bertindak demi kepentingan terbaik mereka, meskipun mereka tidak memiliki kontrol langsung atas tindakan tersebut.<sup>33</sup>

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan suatu produk yang memiliki berbagai atribut dan manfaat dari atribut tersebut. Kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam intraksi maupun proses transaksi.<sup>34</sup>

Kepercayaan merupakan unsur fundamental dalam setiap interaksi bisnis dan transaksi ekonomi, karena kepercayaan menumbuhkan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang terlibat,

---

<sup>33</sup> Kotler, *Kepercayaan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan*, 2016.

<sup>34</sup> ester Gulo, "Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area Skripsi," 2022.

terutama konsumen, dalam mempercayai integritas, kemampuan, serta kejujuran pelaku usaha atau penjual. Secara hukum, dasar kepercayaan ini diatur dan diakui melalui berbagai regulasi perundang-undangan yang berlaku, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan peraturan nasional lainnya, yang menegaskan pentingnya aspek kepercayaan dan kejujuran dalam setiap perjanjian dan transaksi perdagangan, sehingga apabila kepercayaan tersebut dilanggar, dapat berakibat pada tindakan hukum seperti gugatan atau penalti terhadap pihak yang merasa dirugikan.

Kepercayaan dalam perspektif islam memiliki kedudukan yang sangat tinggi dan secara moral maupun spiritual menjadi salah satu prinsip utama yang harus dipegang teguh oleh setiap individu maupun pelaku bisnis, karena agama Islam memandang bahwa kepercayaan adalah bagian dari akhlak mulia dan termasuk bagian dari amanah yang harus dijaga dan dipenuhi dalam setiap transaksi, sebagaimana tercantum dalam berbagai ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW, yang menekankan pentingnya kejujuran (*al-ṣidq*), amanah (*trustworthiness*), serta integritas, sebagai pondasi utama dalam berinteraksi secara etis dan bertanggung jawab.

Islam mewajibkan pelaku usaha untuk menegakkan kepercayaan melalui prinsip keadilan, transparansi, dan tidak melakukan penipuan, khianat, maupun menipu konsumen, karena hal tersebut bertentangan dengan prinsip tauhid dan keimanan yang

menunjukkan bahwa Allah SWT senantiasa memperhatikan setiap langkah manusia dan akan memberi balasan atas perbuatan-perbuatan tersebut di dunia maupun di akhirat.

Kepercayaan dalam islam bukan hanya dianggap sebagai nilai etika dan moral semata, tetapi juga memiliki dasar hukum yang kuat yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan sebagai landasan utama dalam menjalankan transaksi dan interaksi sosial diatur secara jelas dalam ajaran Islam, sehingga menegaskan bahwa menjaga kepercayaan merupakan kewajiban moral dan ibadah bagi setiap Muslim.<sup>35</sup>

Adapun landasan hukum yang dirujuk pada ayat-ayat Al-Qur'an yang menekankan pentingnya kejujuran dan amanah sebagai sifat mulia yang harus dimiliki oleh setiap individu, terdapat dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3 yang artinya sebagai berikut:

*“kecelakaanlah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (Al-Qur'an Surah Al-Mutaffifin:1-3).*

Berdasarkan tafsir Ibnu Katsir dan interpretasi umum lainnya, Surah Al-Anfal ayat 1-3 menegaskan bahwa keimanan meliputi aspek keadilan dan kejujuran dalam semua transaksi, termasuk kegiatan ekonomi. Ayat ini menjelaskan bahwa benda-benda tak berangka, yang diumpamakan sebagai simbol ketidakjelasan, ketidakpastian,

---

<sup>35</sup> Abdurrahman Alfaqiih, “Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis Dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim,” *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 24, no. 3 (2017): 448–66.

atau praktik yang merugikan, merupakan bentuk kezhaliman yang harus dihindari. Dalam konteks penelitian ini, prinsip tersebut relevan karena menegaskan bahwa kepercayaan dalam transaksi, seperti kepercayaan terhadap sistem QRIS dan kejujuran pelaku UMKM, adalah bagian dari implementasi ajaran Islam yang menuntut keadilan dan transparansi.

Penggunaan QRIS sebagai inovasi modern bertujuan memudahkan, memberikan transparansi, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku UMKM, sehingga membantu menghindari praktek tidak adil dan menegakkan prinsip kejujuran sesuai ajaran Islam. Dengan demikian, ayat ini menegaskan bahwa penerapan sistem pembayaran yang aman dan transparan bukan hanya aspek ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah dan kepatuhan terhadap syariat, yang akan mendukung keberkahan dan keberhasilan usaha UMKM secara menyeluruh.

Proses terciptanya kepercayaan didasarkan pada pengalaman mereka dengan merek tersebut. Pengalaman inilah yang akan menjadi sumber bagi konsumen untuk terciptanya rasa percaya pada suatu merek ataupun saat melakukan transaksi. Pengalaman ini akan mempengaruhi evaluasi konsumen dalam konsumsi, penggunaan atau kepuasan secara langsung dan kontak tidak langsung.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Tasa Amanda Ayulia, "Pengaruh Pengalaman Sebelumnya Dan Word of Mouth Terhadap Kepercayaan Merek Restoran Solaria Di Surabaya," 2016.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen merupakan ketersediaan konsumen dalam mempercayai suatu produk atau transaksi dengan harapan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik yang didasari atas pengalaman yang telah konsumen miliki.

#### **b. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan**

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu sebagai berikut:

##### *1. Perceived web vendor reputation*

Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang konsumen terhadap penjual karena konsumen tidak memiliki pengalaman pribadi dengan penjual. Reputasi dari mulut ke mulut dapat menjadi kunci ketertarikan konsumen, karena informasi positif yang didengar oleh konsumen tentang penjual dapat mengurangi persepsi terhadap resiko dan ketidakamanan ketika bertransaksi dengan penjual. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen tentang competence, benevolence, dan integrity pada penjual.

##### *2. Perceived web site quality*

*Perceived web site quality* yaitu persepsi akan kualitas situs dari toko maya. Tampilan toko online dapat mempengaruhi kesan



pertama yang terbentuk.

**c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen**

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

1. *Brand Characteristic* (Karakteristik Produk)

Karakteristik produk mempunyai peran yang penting dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk mempercayai suatu produk, hal ini disebabkan konsumen melakukan penilaian sebelum membelinya.

2. *Company Characteristic* (Karakteristik Perusahaan)

Karakteristik perusahaan yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

3. *Customer Brand Characteristic* (Karakteristik Hubungan Konsumen).

Suatu hubungan tidaklah hanya satu arah, setiap kelompok saling mempengaruhi dalam hubungannya dengan kelompok lain. Begitu pula dalam hal ini, karakteristik hubungan konsumen dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk mencakup kesukaan konsumen terhadap produk, pengalaman konsumen, dan kepuasan konsumen.

#### **d. Indikator Kepercayaan Konsumen**

##### **1. Keamanan Transaksi**

Konsumen percaya bahwa sistem pembayaran digital (QRIS) aman digunakan, dan data serta dana mereka terlindungi dari potensi penipuan atau kebocoran informasi. Keamanan ini meningkatkan rasa nyaman dalam bertransaksi.

##### **2. Tingkat Kepuasan Konsumen**

Kepuasan terhadap layanan dan produk yang diberikan pelaku usaha berpengaruh langsung pada tingkat kepercayaan. Konsumen yang puas cenderung percaya dan melakukan transaksi ulang.

##### **3. Manfaat dan Kualitas Produk**

Konsumen percaya bahwa produk yang ditawarkan mempunyai kualitas baik dan manfaat nyata, meningkatkan kepercayaan terhadap produk dan usaha tersebut.

#### **e. Hubungan Kepercayaan Terhadap Aksesibilitas Usaha**

Kepercayaan konsumen adalah keyakinan seorang konsumen bahwa suatu produk, layanan, atau pelaku usaha akan memenuhi harapannya dengan konsisten, jujur, dan dapat diandalkan dalam setiap transaksi. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif, reputasi penjual, serta keamanan bertransaksi.<sup>37</sup>

Adapun hubungan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas

---

<sup>37</sup> Prabowo,Y., dan Nugroho,P., „ Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Dalam Bertransaksi Digital.” Jurnal Ekonomi dan Bisnis, vol.5 No. 1,2020,hal.23-24

usaha pada pelaku dalam konteks UMKM dalam mengandalkan transaksi digital yaitu semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap sebuah usaha atau sistem pembayaran yang digunakan maka akan semakin besar kemungkinan konsumen untuk bertransaksi berulang dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain.

## **5. Aksesibilitas Usaha**

### **a. Pengertian Aksesibilitas Usaha**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata aksesibilitas adalah hal dapat dijadikan akses. Arti lainnya dari aksesibilitas adalah hal dapat dikaitkan. Aksesibilitas dapat diartikan sebagai kemudahan, dimana kemudahan merupakan suatu kondisi dimana sesuatu menjadi lebih mudah untuk dilakukan, dijangkau, atau dimanfaatkan tanpa memerlukan banyak usaha, waktu dan biaya. Aksesibilitas usaha dalam konteks usaha adalah kemudahan yang dimiliki oleh pelaku usaha dan konsumen dalam menjangkau, menggunakan, dan memanfaatkan layanan.<sup>38</sup>

Aksesibilitas diartikan sebagai hal yang dapat dijadikan akses. Aksesibilitas dianggap sebagai keterjangkauan atau keadaan mudah dijangkau. Aksesibilitas juga dianggap sebagai kemudahan yang

---

<sup>38</sup> Assa'adatul Khairiyah, et al., Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Siregar, "Efektivitas Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Teknologi, Kemudahan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pada Kinerja Karyawan PT BANK MUAMALAT Kota Medan," *Jurnal of Sharia Banking* Vol 4, No (2023), hlm, 208-213.

disediakan untuk dapat mewujudkan kesamaan kesempatan.<sup>39</sup>

Aksesibilitas adalah penyediaan akses yang sama untuk semua fasilitas dan layanan. Aksesibilitas adalah kemampuan untuk berinteraksi atau dengan mudah menggabungkan barang, jasa, kegiatan, dan tujuan. Aksesibilitas adalah kemudahan yang diberikan kepada setiap orang dengan tujuan untuk mencapai pemerataan kesempatan dengan tujuan untuk mencapai pemerataan kesempatan dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan.<sup>40</sup>

## **b. Indikator Aksesibilitas Usaha**

### **1. Kemudahan Transaksi**

Indikator ini mengukur seberapa mudah pelanggan, pemasok, dan karyawan dalam melakukan proses transaksi di lokasi usaha. Kemudahan ini meliputi aspek kecepatan proses pembayaran, kemudahan dalam menggunakan metode pembayaran, dan minimnya hambatan teknis selama transaksi berlangsung.

### **2. Peningkatan Volume Transaksi**

Indikator ini menilai apakah penggunaan QRIS dan kemudahan transaksi mampu meningkatkan jumlah transaksi yang dilakukan oleh pelanggan. Peningkatan volume transaksi mencerminkan akses yang lebih luas dan efisien terhadap pasar,

---

<sup>39</sup> Raissa Arizma Nanda Wibowo, "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen)," *Skripsi Sarjana; Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*, 2023, h 33.

<sup>40</sup> Laili Choirunnisa et al., "Peran Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik (SPBE) Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Pelayanan Publik Di Indonesia," *Sosio Yustisia: Jurnal Hukum Dan Perubahan Sosial* 3, no. 1 (2023): 71–95.

serta kemudahan sistem pembayaran digital yang mendorong lebih banyak interaksi ekonomi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alifia, Rahman, dan Putra yang berjudul *Adoption of QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) among Micro Enterprises in Solo City*, ditemukan bahwa adopsi QRIS di kalangan pelaku UMKM di Solo dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas akses pasar. Penelitian ini menjelaskan bahwa QRIS, sebagai sistem pembayaran digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam proses transaksi, tetapi juga memfasilitasi UMKM untuk lebih mudah terhubung dengan pelanggan dari berbagai segmen pasar. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa teknologi pembayaran digital berperan penting dalam meningkatkan aksesibilitas usaha UMKM, terutama di pasar Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidimpuan. QRIS membantu memperkuat kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya berdampak positif pada peningkatan pendapatan dan daya saing pelaku UMKM.<sup>41</sup>

Terkait demikian, dapat ditarik garis besar bahwa aksesibilitas adalah ukuran kemudahan terhadap suatu objek, pelayanan serta lingkungan. Aksesibilitas dalam penelitian ini

---

<sup>41</sup> Ita Purnama Sari, "Adoption of Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) through a Strategy to Increase the Financial Literacy of UMKM Players in the City of Solo," *Indonesian Journal of Interdisciplinary Research in Science and Technology (MARCOPOL)* 2, no. 6 (2024): 931–42.

dimaksudkan untuk menunjukkan adanya kemudahan dan mudah dijangkau oleh pelaku UMKM.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil-hasil penelitian.

Adapun penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti                            | Judul Penelitian                                                                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                   |
|----|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Leo Agung. Dkk (2024). <sup>42</sup>     | Implementasi Pembayaran Digital QRIS Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Transaksi UMKM di Banyuanyar          | Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Leo Agung Dkk yaitu implementasi pembayaran digital berpengaruh untuk meningkatkan aksesibilitas transaksi UMKM di Banyuanyar.                                                          |
| 2. | Anita. Dkk. (2021). <sup>43</sup>        | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Aksesibilitas UMKM terhadap Produk Pembiayaan Di Bank Umum Syariah | Hasil penelitian ini adalah baik secara parsial dan simultan tingkat pendidikan, pengalaman dan lama usaha, omzet usaha, kepatuhan membayar pajak penghasilan, total asset dan jenis usaha berpengaruh terhadap aksesibilitas UMKM |
| 3. | Monica Elisabeth Silalahi, Wiro Oktavius | Implementasi Penerapan E-Government melalui Sistem Pembayaran Quick Response                                | Kesimpulan dari penelitian ini adalah Sistem pembayaran QRIS memberikan kemudahan (aksesibilitas) transaksi bagi pelaku UMKM di                                                                                                    |

<sup>42</sup> Agung et al., "Implementasi Pembayaran Digital QRIS Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Transaksi UMKM Di Banyuanyar."

<sup>43</sup> Anita, Thantawi, and Suryani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas UMKM Terhadap Produk Pembiayaan Di Bank Umum Syariah (Studi Di Kecamatan Pamijahan Bogor, Kabupaten Bogor)."

|    |                                                                       |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Ginting (2025) <sup>44</sup>                                          | Indonesian Standard (QRIS) Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar | Pematangsiantar, khususnya di Kecamatan Siantar Marihat.                                                                                        |
| 4. | Putri Maulia (2023).                                                  | Dampak penggunaan QRIS dalam meningkatkan pendapatan UMKM kota Medan                                                                                 | Dari hasil penelitian ini adalah penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan pendapatan Pada UMKM di Sumatera Utara.  |
| 5. | Rifai Apriture Afianto, Mirzam Arqy Ahmadi (2025). <sup>45</sup>      | Analisis Kepercayaan dan Niat Perilaku Konsumen dalam Menggunakan QRIS Guna Mendorong Pengembangan UMKM di Kota Surakarta.                           | Hasil penelitian ini meunjukkan bahwa kepercayaan, niat dalam penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM.                |
| 6. | Nia Monica Putri, dham Lakoni, Sintia Safrianti (2023). <sup>46</sup> | Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada UMKM Di Kota Bengkulu                    | Literasi keuangan kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bengkulu. |
| 7. | Josef Evan Sihaloho,                                                  | Implementasi Sistem Pembayaran Quick                                                                                                                 | Penelitian ini menunjukkan bahwa                                                                                                                |

<sup>44</sup> Monica Elisabeth Silalahi and Wiro Oktavius Ginting, "Implementasi Penerapan E-Government Melalui Sistem Pembayaran Quick Response Indonesian Standard ( QRIS ) Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kota Pematangsiantar" 5 (2025): 4100–4111.

<sup>45</sup> Rifai Apriture Afianto et al., "Analisis Kepercayaan Dan Niat Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Guna Mendorong Pengembangan UMKM Di Kota Surakarta Universitas Muhammadiyah Surakarta , Indonesia Diusulkan . Penumpang Hanya Perlu Menunjukkan Titik Masuk ( Check- in ) Dan Keluar ( C" 4 (2025).

<sup>46</sup> Nia Monica Putri, Idham Lakoni, and Sintia Safrianti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kota Bengkulu," E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis 16, no. 2 (2023): 356–64.

|     |                                                                                              |                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Atifah<br>Ramadani<br>Suci<br>Rahmayanti<br>(2020). <sup>47</sup>                            | <i>Response Indonesia Standard</i><br><br>Bagi Perkembangan<br>UMKM di Medan                                                               | adanya QRIS membantu para pedagang UMKM untuk mengalami perkembangan dan memudahkan bertransaksi hanya dengan menyediakan satu QRIS.                                                                                                      |
| 8.  | Yola Afifa,<br>M. Yarham<br>(2023). <sup>48</sup>                                            | Dampak Penggunaan QRIS UMKM di Kota Padangsidempuan (Studi Kasus pada Coffee Shop Kopi Koe)                                                | Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dampak penerapan QRIS terhadap khususnya di Kafe Koe adalah positif bagi masyarakat luas dan kafe karena memudahkan proses transaksi sistem pembayaran.                                  |
| 9.  | Nur Isma<br>Tasya Br<br>Sebayang dan<br>Rahmawati<br>(2023). <sup>49</sup>                   | Pengaruh Persepsi, Kepercayaan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan | Mengacu pada penelitian ini, bisa disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan QRIS dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan QRIS. |
| 10. | Riflan<br>Buluati,<br>Deby R.<br>Karundeng,<br>Moh. Afan<br>Suyanto<br>(2023). <sup>50</sup> | Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS ( <i>Quick Response Indonesian Standard</i> )    | Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM. Jika QRIS                                                                  |

<sup>47</sup> Josef Evan Sihalo, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti, "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3)," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287–97.

<sup>48</sup> Yola Afifa and M. Yarham, "Dampak Penggunaan QRIS Pada Pelaku UMKM Di Kota Padangsidempuan Sumatera Utara (Studi Kasus Pada Coffee Shop Kopi Koe)," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 2 (2023): 378–84.

<sup>49</sup> Nur Isma Tasya, Br Sebayang, and Rahmawati, "Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* Volume 6, no. 2 (2023): 491–502.

<sup>50</sup> Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, and Moh. Afan Suyanto, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo," *Wahana* 75, no. 2 (2023): 33–47.



|  |  |                                        |                                                                                                  |
|--|--|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | Pada Pelaku UMKM di kabupaten Boalemo. | memberikan kepercayaan yang tinggi, maka minat menggunakan aplikasi QRIS akan semakin meningkat. |
|--|--|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Adapun persamaan penelitian Leo Agung dan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh penggunaan QRIS terhadap pelaku UMKM. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Selain itu, kedua penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak digitalisasi sistem pembayaran terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Perbedaan utama terletak pada variabel yang diteliti. Penelitian Leo Agung hanya berfokus pada pengaruh penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel kepercayaan konsumen dan meneliti pengaruh kedua variabel tersebut terhadap aksesibilitas usaha.
2. Adapun persamaan Kedua penelitian ini adalah memiliki fokus yang sama, yaitu pelaku UMKM sebagai objek penelitian. Selain itu, keduanya juga meneliti tentang aksesibilitas usaha, meskipun dengan pendekatan yang berbeda. Penelitian Anita Tubagus lebih berfokus pada aksesibilitas terhadap produk pembiayaan syariah, sementara penelitian ini meneliti pengaruh penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas usaha. Perbedaan utama antara kedua penelitian terletak pada

variabel yang diteliti. Penelitian Anita Tubagus berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi aksesibilitas UMKM terhadap produk pembiayaan syariah, sementara penelitian ini meneliti pengaruh QRIS dan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas usaha

Adapun persamaan Kedua penelitian inidengan penelitian Monica Elisabeth Silalahi, Wiro Oktavius Ginting yaitu berfokus pada pelaku UMKM sebagai objek penelitian dan membahas penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Kedua penelitian bertujuan untuk memahami dampak penerapan QRIS terhadap pelaku UMKM dan bagaimana sistem ini mempengaruhi keberlangsungan atau perkembangan usaha UMKM. Selain itu, kedua penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data, dengan instrumen seperti kuesioner. Adapun perbedaannya yaitu Penelitian Monika Elisabeth dkk dilakukan di Dinas Koperasi UMKM Pematangsiantar, sementara penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang, Kota Padangsidimpuan.

4. Persamaan Kedua penelitian ini yaitu membahas penggunaan QRIS dalam aktivitas usaha pelaku UMKM, serta menggunakan pendekatan kuantitatif dalam pengumpulan dan analisis data. Selain itu, keduanya bertujuan untuk mengetahui sejauh mana QRIS memberikan manfaat terhadap perkembangan usaha UMKM, baik dalam aspek pendapatan maupun kemudahan akses usaha. Adapun perbedaannya, Penelitian Putri Maulia berfokus pada dampak QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Medan, sedangkan penelitian ini mengkaji pengaruh penggunaan

5. Persamaan antara Kedua penelitian ini adalah topik yang mengangkat tema yang berkaitan dengan penggunaan QRIS dalam pengembangan UMKM. Selain itu, keduanya memasukkan unsur kepercayaan sebagai salah satu variabel penting dalam menganalisis adopsi QRIS. Tujuan utama dari kedua penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan sistem pembayaran digital dapat memberikan dampak positif terhadap kemajuan dan keberlangsungan usaha UMKM. Adapun perbedaannya Penelitian Rifai Apriture Afianto dkk lebih berfokus pada analisis kepercayaan dan niat perilaku dalam menggunakan QRIS, yang diarahkan pada aspek adopsi teknologi oleh pelaku UMKM untuk mendorong pengembangan usaha di Kota Surakarta.
4. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nia Monika dkk terletak pada fokus terhadap penggunaan QRIS dalam aktivitas UMKM serta keterlibatan variabel kepercayaan dalam memengaruhi perilaku pelaku usaha. Kedua penelitian sama-sama menyoroti peran penting digitalisasi sistem pembayaran dalam mendukung aktivitas UMKM serta menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Perbedaan utama dari kedua penelitian terletak pada variabel independen dan dependen yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas usaha, dengan menekankan bagaimana sistem pembayaran digital dapat memperluas jangkauan dan kemudahan dalam menjalankan usaha.

5. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Josef Evan Sihalohe dkk terletak pada fokus utama terhadap sistem pembayaran QRIS dan keterkaitannya dengan pelaku UMKM. Keduanya sama-sama menyoroti pentingnya digitalisasi sistem pembayaran dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di era modern. Perbedaan antara kedua penelitian ini terletak pada pendekatan dan tujuan penelitian. Penelitian Josef Evan Sihalohe dkk lebih menitikberatkan pada aspek implementasi QRIS secara umum dan bagaimana implementasi tersebut berkontribusi terhadap perkembangan UMKM, sehingga pendekatan yang digunakan cenderung bersifat deskriptif.
6. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yola Afifah terletak pada fokus terhadap penggunaan QRIS dalam aktivitas usaha UMKM serta kesamaan lokasi penelitian, yaitu di Kota Padangsidimpuan. Keduanya menyoroti bagaimana kehadiran sistem pembayaran digital seperti QRIS memberikan dampak terhadap pelaku usaha di daerah tersebut. Perbedaan utama terlihat dari ruang lingkup dan pendekatan penelitian. Penelitian Yola Afifah menggunakan pendekatan studi kasus.
7. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Isma Br Sebayang dan Rahmawati terletak pada fokus terhadap QRIS sebagai alat pembayaran digital yang digunakan oleh pelaku UMKM serta adanya variabel kepercayaan sebagai faktor penting yang dianalisis. Keduanya sama-sama meneliti bagaimana persepsi pelaku UMKM

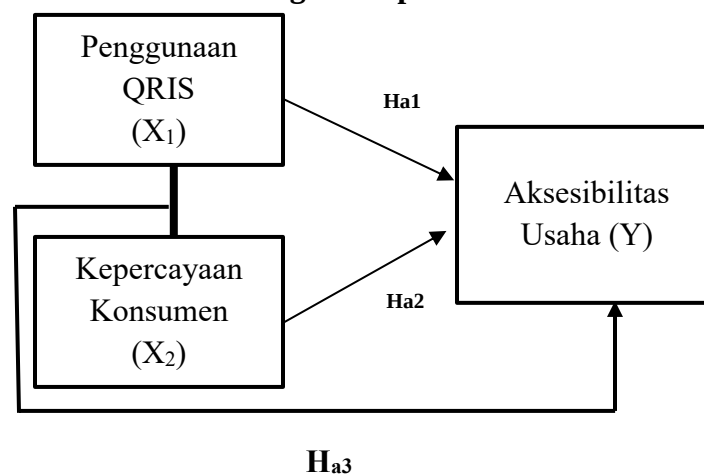
terhadap teknologi keuangan dapat memengaruhi perilaku atau kondisi usaha, serta menggunakan pendekatan kuantitatif dalam proses pengumpulan dan analisis data. Perbedaan mencolok pada kedua penelitian ini terletak pada tujuan dan arah analisis variabel. Penelitian Nur Isma Br Sebayang dan Rahmawati meneliti pengaruh persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga fokusnya berada pada faktor-faktor yang mendorong niat atau potensi penggunaan QRIS di kalangan pelaku UMKM, khususnya UMKM Halal di Kota Medan.

8. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, dan Moh. Afan Suyanto terletak pada fokus terhadap penggunaan QRIS dalam konteks UMKM serta keterlibatan variabel kepercayaan sebagai salah satu faktor yang dianalisis. Keduanya sama-sama menyoroti peran penting sistem pembayaran digital dalam mendukung kegiatan usaha pelaku UMKM di era modern. Perbedaannya terletak pada arah variabel dependen dan konteks wilayah penelitian. Penelitian Riflan Buluati dkk mengkaji pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS.

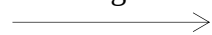
### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah gambaran tentang variabel dalam suatu penelitian yakni model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>51</sup> Kerangka berpikir dari penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar II. 1**  
**Kerangka Berpikir**



Keterangan:



= Hubungan secara parsial



= Hubungan secara simultan

X1 = Penggunaan QRIS

X2 = Kepercayaan Konsumen

Y = Aksesibilitas Usaha

<sup>51</sup> Pakphan, "Metodologi-Penelitian-Ilmiah-1639030741," 2021, 63.

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis diibaratkan sebagai kebenaran sementara yang masih harus diuji. Kemudian dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian.<sup>52</sup> Hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H<sub>01</sub>: Penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

H<sub>a1</sub>: Penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal bonang kota Padangsidimpuan.

H<sub>02</sub>: Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan.

H<sub>a2</sub>: Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal bonang kota Padangsidimpuan.

H<sub>03</sub>: Penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan.

H<sub>a3</sub>: Penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal bonang kota Padangsidimpuan.

---

<sup>52</sup> Bambang Prasteyo and Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2014.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, yang beralamat di Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai dengan bulan Mei 2025.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri- ciri yang telah ditetapkan. Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota



Padangsidempuan, Sumatera Utara dengan jumlah 834 UMKM.<sup>53</sup>

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel adalah objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi.<sup>54</sup> Dalam penelitian ini besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan (*margin of error*)

Berdasarkan rumus slovin diatas, besaran sampel yang akan diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{834}{1 + 834(10\%)^2}$$

$$n = \frac{834}{1 + 834 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{834}{1 + 834 (0.01)}$$

$$n = \frac{834}{1 + 8,34}$$

---

<sup>53</sup> Dinas Perdagangan Kota Padangsidempuan

<sup>54</sup> Nuryadi et al., *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Sibuku Media, 2017.

$$n = \frac{834}{9,34}$$

$$n = 89,27$$

$$n = 89 \text{ responden.}$$

Berdasarkan jumlah perhitungan jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 89 sampel. Setelah sampel telah ditentukan jumlahnya maka teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah UMKM yang beroperasi di Pasar Sangkumpul Bonang dan sudah pernah menggunakan QRIS dalam proses transaksi keuangan dalam menjalankan usahanya.

#### **D. Sumber Data**

Berdasarkan sumbernya data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data skunder:

##### **1. Sumber Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber pertama atau objek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari penelitian lapangan, dokumen, dan hasil kuesioner, wawancara dan observasi yang peneliti dapatkan.

##### **2. Sumber Data Skunder**

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa data yang dikumpulkan untuk melengkapi data primer yang diperoleh. Data sekunder

yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kajian dari artikel, jurnal dan buku yang terkait penelitian ini.

#### E. Instrument Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data atau informasi dari responden. Data penelitian ini diperoleh dari beberapa instrument sebagai berikut

##### a. Angket

Angket digunakan untuk mengumpulkan data tentang penggunaan dan pendapat UMKM terhadap pengaruh penggunaan *QRIS* dan kepercayaan konsumen terhadap kemudahan usaha mereka. Kuesioner penelitian ini ditujukan kepada para pelaku UMKM yang beroperasi di pasar Sangkumal Bonang kota Padangsidimpuan. Pernyataan dalam kuisisioner dibuat dengan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala yang digunakan untuk menilai isi kuisisioner merupakan skala likert.

**Tabel III.1**  
**Skala Likert**

| <b>Skala Likert</b>       | <b>Nilai Skor</b> |
|---------------------------|-------------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5                 |
| Setuju (S)                | 4                 |
| Kurang Setuju (KS)        | 3                 |
| Tidak Setuju (TS)         | 2                 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1                 |

Adapun kisi-kisi angket variable dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel III.2**  
**Kisi-kisi Angket Variabel Penelitian**

| <b>Variabel</b>                        | <b>Indikator</b>                                                                        | <b>Nomor Soal</b>      |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Aksesibilitas Usaha (Y)                | 1. Kemudahan Transaksi<br>2. Peningkatan Volume Transaksi                               | 1,2,3,4,<br>5,6,7,8    |
| Penggunaan QRIS (X <sub>1</sub> )      | 1. Efisiensi waktu dan biaya<br>2. Kemudahan Penggunaan<br>3. Transparansi keuangan     | 1,2,3,4,<br>5,6<br>7,8 |
| Kepercayaan Konsumen (X <sub>2</sub> ) | 1. Keamanan Transaksi<br>2. Tingkat kepuasan konsumen<br>3. Manfaat dan kualitas produk | 1,2,3,4,<br>5,6<br>7,8 |

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses untuk memperoleh keterangan dengannya jawab. Dalam pengertian lain, wawancara merupakan pertanyaan yang akan ditanyakan oleh peneliti terhadap responden. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data lebih dalam dan terinci tentang penggunaan atau pengaplikasian *QRIS* sebagai metode pembayaran non tunai dalam menjalankan usaha mereka.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang dipakai dengan cara mengumpulkan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang.

## **F. Teknik Analisis Data**

Kata analisis berasal dari bahasa *Greek* (Yunani), terdiri dari kata “ana” dan “lysis”. Ana artinya atas (*above*), lysis artinya memecahkan atau

menghancurkan. Secara definitif ialah: "*Analysis*" is a process of resolving data into its constituent components to reveal its characteristic elements and structure". Agar data bisa dianalisis maka data tersebut harus dipecah dahulu menjadi bagian-bagian kecil (menurut element atau struktur), kemudian menggabungkannya bersama untuk memperoleh pemahaman yang baru.<sup>55</sup>

Analisa data merupakan proses paling vital dalam sebuah penelitian. Hal ini berdasarkan argumentasi bahwa dalam analisa inilah data yang diperoleh peneliti bisa diterjemahkan menjadi hasil yang sesuai dengan kaidah ilmiah. Maka dari itu, perlu kerja keras, daya kreatifitas dan kemampuan intelektual yang tinggi agar mendapat hasil yang memuaskan. Analisis data berasal dari hasil pengumpulan data. Sebab data yang telah terkumpul, bila tidak dianalisis hanya menjadi barang yang tidak bermakna, tidak berarti, menjadi data yang mati, data yang tidak berbunyi. Dalam penelitian ini, *software* yang di gunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif yaitu *software* SPSS tahun 2026

## **A. Uji Instrumen**

### **a. Uji Validitas**

Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu

---

<sup>55</sup> Dewi Kurniasih et al., "Teknik Analisa," *Alfabeta Bandung*, 2021, 1–119, [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com).

untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>56</sup>

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid.<sup>57</sup>

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel bebas. Jika terdapat korelasi antar variabel bebas maka terdapat suatu permasalahan multikolinearitas yang harus diatasi Kriteria mengenai uji multikolinearitas adalah apabila uji VIF (*Variance Inflation Factor*)

---

<sup>56</sup> Sugi Ono, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation," Jurnal Keterampilan Fisik 5, no. 1 (2020): 55–61.

<sup>57</sup> Vick Ainun Haq, "Menguji Validitas Dan Reliabilitas Pada Mata Pelajaran Al Qur'an Hadits Menggunakan Korelasi Produk Momenspearman Brown," An-Nawa : Jurnal Studi Islam 4, no. 1 (2022): 11–24.

bernilai  $< 10$  (kurang dari sepuluh) dan Tolerance  $> 0,1$ , maka artinya tidak ada masalah.<sup>58</sup>

### c . Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputuannya adalah jika signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (dependen).<sup>59</sup> Dihitung dengan menggunakan bentuk persamaan regresi berganda sederhana, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y : Aksesibilitas Usaha pelaku UMKM

a : Konstanta

---

<sup>58</sup> Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan 14, no. 3 (2020): 333–42.

<sup>59</sup> Sudariana and Yoedani, "Analisis Statistik Regresi Linier Berganda," *Seniman Transaction* 2, no. 2 (2022): 1–11.

- $b_1$   $b_2$  : Koefisien  
 $X_1$  : Penggunaan QRIS  
 $X_2$  : Kepercayaan Konsumen

Adapun persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah:

$$AU = a + b_1 PQ + b_2 KK + e$$

- $AU$  : Aksesibilitas Usaha  
 $A$  : Konstanta  
 $b_1$  : Koefisien untuk penggunaan QRIS  
 $PQ$  : Penggunaan QRIS  
 $b_2$  : Koefisien untuk kepercayaan konsumen  
 $KK$  : Kepercayaan Konsumen  
 $e$  : Tingkat kesalahan

#### **b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 10% (0,1). Jika signifikansi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel



dependen. dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**c. Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (10% atau 0,01), jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak, sedangkan jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima.<sup>60</sup>

**d. Uji Koefisien Determinan R<sup>2</sup>**

Uji Koefisien Determinan R<sup>2</sup> bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

---

<sup>60</sup> Handayani, "Bab III Metode Penelitian," Suparyanto Dan Rosad (2015 5, no. 3 (2020): 248–53.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Kota Padangsidempuan**

Nama kota ini berasal dari "Padang na dimpu", dalam Bahasa Batak Angkola; padang artinya hamparan atau kawasan luas, na artinya yang, dan dimpu artinya tinggi, sehingga dapat diartikan "hamparan yang luas yang berada di tempat yang tinggi." Pada zaman dahulu daerah ini merupakan tempat persinggahan para pedagang dari berbagai daerah, pedagang ikan dan garam dari Sibolga–Padangsidempuan– Panyabungan, Padang Bolak (Paluta) Padangsidempuan – Sibolga.<sup>61</sup>

Seiring perkembangan zaman, tempat persinggahan ini semakin ramai dan kemudian menjadi kota. Kota ini dibangun pertama kali sebagai benteng pada tahun 1821 oleh pasukan Paderi yang dipimpin oleh Tuanku Lelo. Benteng ini membentang dari Batang Ayumi sampai Aek Sibontar. Sisa-sisa benteng peninggalan Perang Paderi saat ini masih ditemukan, walau sudah tidak terawat dengan baik. Salah satu pengaruh pasukan Paderi ini pada kota bentukan mereka ialah agama yang dianut oleh mayoritas penduduk kota ini, yaitu agama Islam.<sup>62</sup>

Pada zaman penjajahan Belanda, kota Padangsidempuan dijadikan pusat pemerintahan oleh penjajah Belanda di daerah Tapanuli.

---

<sup>61</sup> Daniel Lenox Fay, *Partisipasi Masyarakat Dalam Pembentukan Peraturan Daerah Berdasarkan Undang-undang Nomor 13 Tahun 2002 di Kota Padangsidempuan*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967.

<sup>62</sup> Rukiah, "Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2019," 2019.

Peninggalan bangunan Belanda disana masih dapat dijumpai berupa kantor pos polisi di pusat kota. Sehingga tidak heran, kalau ingin melihat sejarah kota Padangsidempuan, tersimpan foto-foto zaman dahulu kota Padangsidempuan di sebuah museum di kota Leiden, Belanda.

## **2. Sangkumpal Bonang**

Sejarah Pasar Raya Sangkumpal Bonang dimulai pada tahun 2003 pasca terjadinya kebakaran besar di Pasar Baru. Mulai tahun 2003 pasar baru disulap menjadi pasar terbesar di seluruh wilayah Tapanuli Selatan dan sekitarnya sekaligus menjadikan Pasar Sangkumpal Bonang sebagai pasar modern pertama di masanya. Pasar Raya Sangkumpal Bonang diambil dari nama aek Sangkumpal Bonang yang mengalir melalui Jalan Sitombol sekarang dan berakhir disungai Batang Ayumi. Konon katanya nama ini diambil agar pasar Sangkumpal Bonang selalu lancar dan berumur panjang seperti sungai Sangkumpal yang airnya jernih dan sungainya cukup panjang.<sup>63</sup>

Namun, perkembangan kota sebagai tujuan penduduk dari desa tersebut tidak serta merta mengikuti laju permintaan pekerjaan. Sektor industri yang diharapkan dapat menyerap tenaga kerja ke dalam kota belum juga mendapat tambahan tenaga kerja yang potensial. Serta krisis ekonomi yang melanda Indonesia beberapa tahun lalu menyebabkan banyak terjadi pemutusan hubungan kerja (PKH) di sektor formal dan meningkatkan pengangguran dari 5,41% pada bulan Februari meningkat

---

<sup>63</sup> Lydia Liana Lubis, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Mahasiswa IAIN Padangsidempuan Dalam Penggunaan Layanan BSI Mobile*, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023.

menjadi 7,45% di bulan Agustus (dilansir dari BPS Kota Padangsidempuan). Salah satu tempat pedagang kaki lima menjual dagangannya adalah Pasar Sangkumpal Bonang, pusat pasar tradisional di Kota Padangsidempuan. Lebih tepatnya terletak di Kelurahan Wek Dua, Kecamatan Padang Sidempuan Utara, dengan luas tanah 6.836 m<sup>2</sup> dan luas bangunan 2.162,5 m<sup>2</sup> yang terdiri atas tiga lantai. Pasar Sangkumpal Bonang terletak di belakang plaza Anugrah Trade Center tepat di pusat kota. Pasar ini juga dikelilingi oleh beberapa kantor seperti Plaza Telkom dan Bank BNI.<sup>64</sup>

Di depan plaza terdapat Kantor Walikota Padangsidempuan. Kantor Walikota, Kantor Pos, Plaza Telkom serta bank BNI berada di sekeliling pasar tersebut. Pasar Sangkumpal Bonang memiliki kios/pedagang ±500 dengan berbagai jenis dagangan. Para Pedagang tidak hanya berjualan di kios pasar tapi juga banyak dijumpai pedagang kaki lima yang berjualan di sekitar pasar yang terdiri dari pedagang sembako, elektronik, aksesoris, pakaian, buah, sayur-sayuran, dan lain-lain. Berikut tampilan pasar Sangkumpal Bonang jika dilihat dari depan:

---

<sup>64</sup> Ralph Adolph, *Analisis Peran Financial Technology (Fintech) Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Padangsidempuan*, 2016.

**Gambar IV.1**  
**Pasar Sangkumpal Bonang**



<https://padangsidimpuankota.go.id>

Pedagang tersebut berasal dari berbagai desa di Kota Padangsidimpuan untuk menjual barang dagangannya. Pasar ini ramai didatangi pembeli dari berbagai daerah dan menjadi tujuan utama para pengunjung yang ingin berbelanja.

## **B. Gambaran Umum Responden**

### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha**

Karakteristik lama usaha pada penelitian ini merujuk pada lamanya waktu pelaku UMKM menjalankan usahanya secara aktif di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan. Lama usaha menjadi salah satu hal yang penting untuk melihat sejauh mana pelaku UMKM dalam mengelola usahanya, serta kemampuannya dalam beradaptasi terhadap perubahan, termasuk dalam penggunaan pembayaran digital seperti QRIS.

Pelaku UMKM dengan lama usaha yang masih tergolong baru, yakni kurang dari satu tahun, umumnya masih berada pada tahap adaptasi terhadap pasar. Sedangkan pelaku usaha yang sudah beroperasi lima tahun ke atas cenderung lebih terbuka terhadap inovasi baru seperti QRIS karena

kestabilan usaha yang lebih memadai. Karakteristik lama usaha pada penelitian ini dianggap penting untuk dianalisis karena dapat memperoleh respon yang lebih bijak dari responden yang sudah merasakan dampak dan manfaat dari penggunaan QRIS yang dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen yang akhirnya dapat meningkatkan aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan.

## **2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berikut data pelaku UMKM Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan berdasarkan jenis kelamin;

**Tabel IV.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Persentase</b> |
|----------------------|-------------------|
| <b>Laki-laki</b>     | <b>43,33%</b>     |
| <b>Perempuan</b>     | <b>56,67%</b>     |

Berdasarkan tabel diatas yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, maka dapat diketahui responden didominasi oleh perempuan sebanyak 56,67%, dan responden laki-laki sebanyak 43,33%.

## **C. Analisis Hasil Penelitian.**

### **1. Hasil Uji Instrumen**

#### **a. Hasil Uji Validitas**

Setelah melakukan penyebaran angket maka dapat diperoleh hasil jawaban responden dari setiap pernyataan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Dalam hal ini peneliti telah menyebarkan angket sebanyak 90 angket kepada responden. Sebelum angket

dianalisis, terlebih dahulu dilakukan uji validitas sebagai berikut:

**Tabel IV. 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan QRIS (X<sub>1</sub>)**

| Item Pernyataan | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel</sub>                                                                                                                               | Keterangan |
|-----------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| X1.1            | 0.885               | Instrumen valid<br>jika $r_{hitung} > r_{tabel}$<br>dengan $df = n-2$<br>(89-2=87) taraf<br>signifikansi 10%<br>diperoleh $r_{tabel}$<br>=0,2717 | Valid      |
| X1.2            | 0.905               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X1.3            | 0.843               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X1.4            | 0.847               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X1.5            | 0.854               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X1.6            | 0.842               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X1.7            | 0.862               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X1.8            | 0.824               |                                                                                                                                                  | Valid      |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26

Hasil uji validitas variabel manfaat pada tabel diatas menunjukkan bahwa angket mengenai variabel Penggunaan QRIS memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka berarti masing-masing item pernyataan dari variabel penggunaan QRIS (X<sub>1</sub>) dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel kepercayaan konsumen (X<sub>2</sub>) sebagai berikut:

**Tabel IV. 3**  
**Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X<sub>2</sub>)**

| Item Pernyataan | r <sub>hitung</sub> | r <sub>tabel</sub>                                                                                                                               | Keterangan |
|-----------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| X2.1            | 0.809               | Instrumen valid<br>jika $r_{hitung} > r_{tabel}$<br>dengan $df = n-2$<br>(89-2=87) taraf<br>signifikansi 10%<br>diperoleh $r_{tabel}$<br>=0,2717 | Valid      |
| X2.2            | 0.850               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X2.3            | 0.867               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X2.4            | 0.846               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X2.5            | 0.851               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X2.6            | 0.844               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X2.7            | 0.835               |                                                                                                                                                  | Valid      |
| X2.8            | 0.813               |                                                                                                                                                  | Valid      |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26.

Hasil uji validitas variabel kepercayaan konsumen (X2) pada tabel diatas menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dari variabel kepercayaan konsumen dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas dari variabel aksesibilitas usaha sebagai berikut:

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Aksesibilitas Usaha (Y)**

| Item Pernyataan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$                                                                                                                                      | Keterangan |
|-----------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Y.1             | 0.888        | Instrumen valid<br>jika $r_{hitung} > r_{tabel}$<br>dengan $df = n-2$<br>(89-2=87) taraf<br>signifikansi 10%<br>diperoleh $r_{tabel}$<br>=0,2717 | Valid      |
| Y.2             | 0.911        |                                                                                                                                                  | Valid      |
| Y.3             | 0.946        |                                                                                                                                                  | Valid      |
| Y.4             | 0.890        |                                                                                                                                                  | Valid      |
| Y.5             | 0.893        |                                                                                                                                                  | Valid      |
| Y.6             | 0.867        |                                                                                                                                                  | Valid      |
| Y.7             | 0.899        |                                                                                                                                                  | Valid      |
| Y.8             | 0.853        |                                                                                                                                                  | Valid      |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26.

Hasil uji validitas variabel aksesibilitas usaha pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas usaha memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas usaha dinyatakan valid.



## b. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV. 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel             | Cronbach's Alpha | N of Item | Keterangan |
|----------------------|------------------|-----------|------------|
| Peenggunaan QRIS     | 0.949            | 8         | Reliabel   |
| Kepercayaan Konsumen | 0.939            | 8         | Reliabel   |
| Aksesibilitas Usaha  | 0.963            | 8         | Reliabel   |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel penggunaan QRIS (X1) diperoleh nilai *Cronbach's alpha* 0.949 sehingga variabel penggunaan QRIS (X1) dinyatakan reliabel dan dapat diterima, variabel kepercayaan konsumen (X2) diperoleh nilai *Cronbach's alpha* 0.939 sehingga variabel kepercayaan konsumen (X2) dinyatakan reliabel dan dapat diterima, selanjutnya variabel Aksesibilitas usaha memiliki nilai *Cronbach's alpha* 0.963 sehingga variabel aksesibilitas usaha (Y) dinyatakan reliabel atau dapat diterima.

## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji normalitas *kolmogrov-Smirnov*. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV. 6**  
**Hasil Uji Normalitas**

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                |                         |
|-------------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                           |                | Unstandardized Residual |
| N                                         |                | 90                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | .0000000                |
|                                           | Std. Deviation | 6.38130690              |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | .115                    |
|                                           | Positive       | .061                    |
|                                           | Negative       | -.115                   |
| Test Statistic                            |                | .115                    |
| Exact Sig. (2-tailed)                     |                | .005 <sup>c</sup>       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                | .170                    |
| Point Probability                         |                | .000                    |
| a. Test distribution is Normal.           |                |                         |
| b. Calculated from data.                  |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction.    |                |                         |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26.

Hasil uji normalitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. adalah 0,170 dan lebih besar dari 0,1 ( $0,170 > 0,1$ ). Disimpulkan bahwa data terdistribusi normal menggunakan uji *kolmogrov-smirnov*.

#### **b. Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara variabel independen, untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*) dibawah ini.

1. Jika nilai VIF  $< 10,00$  tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai VIF  $> 10,00$  ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Melihat nilai *tolerance*
3. Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  maka artinya terjadi multikolinearitas data

yang diuji.

**Tabel IV. 7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients**

| Coefficients <sup>a</sup>                  |                             |            |                            |       |      |                         |       |
|--------------------------------------------|-----------------------------|------------|----------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standard ized Coefficients | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                                            | B                           | Std. Error | Beta                       |       |      | Tolerance               | VIF   |
| (Constant)                                 | 5.113                       | 2.450      |                            | 2.086 | .040 |                         |       |
| Penggunaan QRIS                            | .530                        | .116       | .500                       | 4.554 | .000 | .449                    | 2.227 |
| Kepercayaan Konsumen                       | .287                        | .115       | .273                       | 2.488 | .015 | .449                    | 2.227 |
| a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha |                             |            |                            |       |      |                         |       |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel penggunaan QRIS  $2.227 < 10$ , dan variabel kepercayaan konsumen  $2.227 < 10$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel diatas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ).

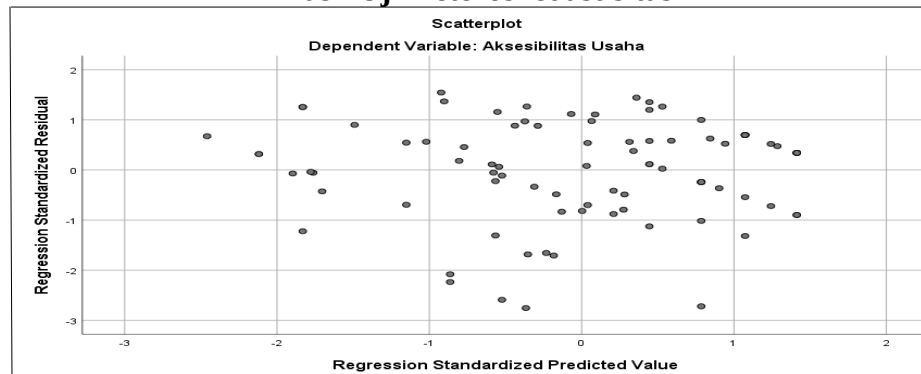
Sementara nilai *tolerance* untuk variabel penggunaan QRIS  $0,449 > 0,1$  dan variabel kepercayaan konsumen  $0,449 > 0,1$  jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel diatas lebih besar dari 0,1 ( $tolerance > 0.1$ ). Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

#### c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak menjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu, seperti menyebar ke atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y,

hasil uji heteroskedastisitas seperti berikut:

**Tabel IV. 8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26.

Dari output data diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastiditas.

### 3. Hasil Uji Hipotesis

Uji hopotesis dalam penelitian ini meliputi uji regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji R. Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial sedangkan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel dependent terhadap variabel dependent secara simultan (bersama-sama). Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Statistic Versi 26.

#### a. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS (X1), Kepercayaan konsumen (X2) terhadap aksesibilitas usaha pada UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang kota

Padangsidimpuan. Berikut hasil uji regresi linear berganda:

**Tabel IV. 9**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup>                  |                      |                             |            |                           |       |      |
|--------------------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                      |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                                            |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                                          | (Constant)           | 5.113                       | 2.450      |                           | 2.086 | .040 |
|                                            | Penggunaan QRIS      | .530                        | .116       | .500                      | 4.554 | .000 |
|                                            | Kepercayaan Konsumen | .287                        | .115       | .273                      | 2.488 | .015 |
| a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha |                      |                             |            |                           |       |      |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa *Unstandardized Coefficients* tabel maka persentase analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$AU = a + b_1 PQ + b_2 KK + e \dots \dots \dots (1)$$

$$AU = 5,113 + 0,530 PQ + 0,287 KK + 2,450 \dots \dots \dots (2)$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 5,113 artinya apabila penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen nilai 0, maka aksesibilitass usaha sebesar 5,113 persen.
2. Nilai koefisien variabel penggunaan QRIS ( $b_1$ ) bernilai positif sebesar 0,530 dapat diartikan bahwa setiap penggunaan QRIS mengalami peningkatan 1 satuan maka aksesibilitas usaha UMKM mengalami peningkatan sebesar  $5,113 + 0,530 = 5,643$  persen dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan konsumen ( $b_2$ ) bernilai

positif sebesar 0,287 yang dapat diartikan bahwa, setiap peningkatan kepercayaan konsumen sebesar 1 satuan, maka aksesibilitas usaha mengalami peningkatan sebesar  $5,113 + 0,287 = 5,400$  persen dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

**b. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Ketentuan dalam uji t adalah jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Adapun hasil uji signifikansi parsial (uji t) sebagai berikut:

**Tabel IV. 10**  
**Hasil Signifikansi Uji Parsial (Uji t)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                      |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)           | 5.113                       | 2.450      |                           | 2.086 | .040 |
|                           | Penggunaan QRIS      | .530                        | .116       | .500                      | 4.554 | .000 |
|                           | Kepercayaan Konsumen | .287                        | .115       | .273                      | 2.488 | .015 |

a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada tabel diatas, nilai  $t_{tabel}$  yang dipeoleh dan rumus  $df = n - k - 1$  atau  $df = 89 - 2 - 1 = 86$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi  $10\% : 2 = 5\%$ ) maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.663.

1. Berdasarkan variabel Penggunaan QRIS diperoleh  $t_{hitung} 4.554 > t_{tabel} 1.663$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha.

2. Berdasarkan variabel kepercayaan konsumen  $t_{hitung} 2.488 > t_{tabel} 1.663$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha.

**c. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independent secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependent. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent (Y) dan sebaliknya. Adapun hasil uji F penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup>                                               |            |                |    |             |        |                   |
|------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                            |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                                | Regression | 4058.946       | 2  | 2029.473    | 48.718 | .000 <sup>b</sup> |
|                                                                  | Residual   | 3624.176       | 87 | 41.657      |        |                   |
|                                                                  | Total      | 7683.122       | 89 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha                       |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Penggunaan QRIS |            |                |    |             |        |                   |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26

Berdasarkan output tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai  $f_{tabel}$  dapat dilihat statistik dengan derajat kebebasan  $df=n-k$  sehingga  $df= 89-2-1=86$ . Maka  $F_{tabel} = 3.10$  dengan  $df$  untuk pembilang =3 dan  $df$  untuk penyebut 86 serta taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Diketahui nilai sig sebesar  $0.000 < 0,1$ , dan nilai  $F_{hitung} (48.718) > F_{tabel} (3.10)$  maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan penggunaan QRIS dan kepercayaan

konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan.

#### d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai R square (mendekati 1) maka ketetapanannya dikatakan semakin baik.

**Tabel IV. 12**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| <b>Model Summary<sup>b</sup></b>                                        |                         |                 |                          |                                   |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| <b>Model</b>                                                            | <b>R</b>                | <b>R Square</b> | <b>Adjusted R Square</b> | <b>Std. Error of the Estimate</b> |
| <b>1</b>                                                                | <b>.727<sup>a</sup></b> | <b>.528</b>     | <b>.517</b>              | <b>6.454</b>                      |
| <b>a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Penggunaan QRIS</b> |                         |                 |                          |                                   |
| <b>b. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha</b>                       |                         |                 |                          |                                   |

Sumber: data primer yang dikelola pada aplikasi SPSS Versi 26

Dari output diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,528 atau 52,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel penggunaan QRIS (X1) dan Kepercayaan Konsumen (X2) 52,8%, sedangkan sisanya sebesar 47,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan”. Data diolah dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), maka dapat



diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa diperoleh  $t_{hitung} 4.554 > t_{tabel} 1.662$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa diperoleh  $t_{hitung} 2.488 > t_{tabel} 1.662$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (F) dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang dengan nilai  $F_{hitung} (48.718) > F_{tabel} (3.10)$ .

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti, keterbatasan waktu, tenaga serta biaya peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
2. Keterbatasan peneliti dalam menyebar angket karena peneliti tidak menjamin kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang

peneliti berikan dan mungkin responden tidak memiliki waktu yang banyak sehingga terjadi kelemahan emosional dalam mengisi angket.

3. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh.
4. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu hanya menggunakan 2 variabel independen sementara masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya dapat disempurnakan lagi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan QRIS (X1) berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} 4.554 > t_{tabel} 1.663$ .
2. Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan dengan nilai diperoleh  $t_{hitung} 2.488 > t_{tabel} 1.663$
3. Secara simultan penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidempuan dengan nilai  $F_{hitung} (48.718) > F_{tabel} (3.10)$ .

#### **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Implikasi merupakan suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai penggunaan QRIS dan kepercayaan konsumen terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidempuan. Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian maka implikasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha pada pelaku UMKM di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan. Oleh karena itu pemerintah serta pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan dan mendorong penerapan QRIS secara lebih luas agar pelaku UMKM dapat meningkatkan aksesibilitas usaha dengan adanya kemudahan transaksi dan jangkauan pasar yang luas.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap aksesibilitas usaha, sehingga pelaku UMKM perlu aktif membangun dan mempertahankan kepercayaan tersebut melalui pelayanan yang baik, jaminan keamanan transaksi, dan transparansi informasi.

### **C. Saran**

1. Bagi pelaku UMKM pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan disarankan agar lebih mengoptimalkan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital untuk meningkatkan kemudahan transaksi serta untuk memperluas akses pasar. UMKM juga perlu meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik dan terbuka untuk mempertahankan serta menarik lebih banyak pelanggan,
2. Bagi Pemerintah dan pihak terkait diharapkan terus memberikan edukasi dan pelatihan kepada UMKM terkait penggunaan QRIS guna memperluas inklusi keuangan. dan mendorong kepercayaan konsumen terhadap UMKM lokal melalui penyediaan informasi dan sertifikasi kualitas

produk.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan pada penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang sama.
4. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan kritik dan saran terhadap skripsi ini, baik dari segi informasi yang ada didalamnya maupun dari segi bahasa dan penulisan yang digunakan agar menjadi lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, R. A., & Ahmadi, M. A. (2025). Analisis Kepercayaan dan Niat Perilaku Konsumen dalam Menggunakan QRIS Guna Mendorong Pengembangan UMKM di Kota Surakarta. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 27-40.
- Afifa.Y. & Yarham.M. (2023). Dampak Penggunaan QRIS Pada Pelaku UMKM di Kota Padangsidempuan Sumatera Utara (Studi Kasus Pada Coffe Shop Kopi Koe). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 378–384.
- Agung, L., Nuraini, L., Pramesti, V. C. C., Jiwandaru, I., Jannah, I. R., Aliansyah, Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen). *Skripsi Sarjana; Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*, h 33.
- Alfaqiih, A. (2017). Prinsip-prinsip Praktik Bisnis dalam islam bagi pelaku usaha muslim. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 24(3), 448-466.
- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Ali, A., Fahminuddin, M., & Hidayatullah, S. (2022). Finansial Teknologi Syariah Dan Bank Digital. *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 4(1), 61-90.
- Almaghfiroh, S. W. (2024). Proses Pengambilan Keputusan Adopsi Inovasi Transaksi Elektronik Melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) DI Kalangan Mahasiswa di Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, UIN SUSKA Riau).
- Anggraini, M. S., Anggraeni, E., & Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah:(Studi Pada UMKM di Bandar Lampung). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 160-174.
- Anita, A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas UMKM Terhadap Produk Pembiayaan Di Bank Umum Syariah (Studi Di Kecamatan Pamijahan Bogor, Jawa Barat)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Sahid Bogor).

- B.I.(2019) *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025* (Jakarta;Bank Indonesia), hlm.41-42.
- Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*, 75(2), 33-47.
- Choirunnisa, L., Oktaviana, T. H. C., Ridlo, A. A., & Rohmah, E. I. (2023). Peran Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik (SPBE) Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Pelayanan Publik di Indonesia. *Sosio Yustisia: Jurnal Hukum dan Perubahan Sosial*, 3(1), 71-95.
- Fay.D.(2023). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pembentukan Peraturan Daerah Berdasarkan Undang-undang Nomor 13 Tahun 2002 di Kota Padangsidimpuan*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967.
- Gulo, E. (2022). —Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area Skripsi.
- Handayani. (2020). Bab III Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Haq, V. A. (2022). Menguji Validitas Dan Reliabilitas Pada Mata Pelajaran Al Qur'an Hadits Menggunakan Korelasi Produk Momenspearman Brown. *An-Nawa : Jurnal Studi Islam*, 4(1), 11–24.
- Ihsan, N., & Siregar, S. (2024). Analisis Implementasi Sistem Pembayaran Quick Respond Indonesia Standard (QRIS) di Pasar Bhakti. *Jurnal Darma Agung*, 32(2), 704–717.*Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Khairiyahtussolihah, A. A., Lisa, H. M., & Siregar, I. P. (2023).” Efektivitas Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Teknologi, Kemudahan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pada Kinerja Karyawan PT BANK MUAMALAT Kota Medan”. *Journal of Sharia Banking*, 4(2), 208-213.
- Kotler. *Kepercayaan Pelanggan. Kepercayaan Pelanggan*, 2016.
- . *Kepercayaan Pelanggan. Kepercayaan Pelanggan*, 2016.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. *Alfabeta Bandung*, 1–119. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)

- Kurniawan, P., & Lestari, S. (2020). Marengge-Rengge: Upaya Membantu Kebutuhan Keluarga (Studi Terhadap Perempuan di Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidiempuan). *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 6(1), 116.
- Landstrom, H. (1993). Agency Theory and Its Application to Small Firms: Evidence from the Swedish Venture Capital Market. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 2(3), 203–218.
- Lubis, L.L. (2023). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Mahasiswa IAIN Padangsidiempuan Dalam Penggunaan Layanan BSI Mobile*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiempuan.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Mulyadi. D. (2019) —International Seminar on Islamic Studies , IAIN Bengkulu , March 28 2019 | Page263. Eliya, I. A. S. (2019). *International Seminar on Islamic Studies , IAIN Bengkulu , March 28 2019 | Page263*. 263–269., no. 1: 263–69.
- Musa, H. G., Fatmawati, I., Nuryakin, N., & Suyanto, M. (2024). Marketing research trends using technology acceptance model (TAM): a comprehensive review of researches (2002–2022). *Cogent Business and Management*, 11(1).
- Nitro. (2021). *Buku Manajemen Keuangan Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Makassar.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Ono, S. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation.
- Pakphan. (2021). *Metodologi-Penelitian-Ilmiah-1639030741*. 63.
- Prasteyo, B., & Jannah, L. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Putri.N.M, Lakoni.I, & Safrianti.S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kota Bengkulu. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 356–364.



RI, D. A. (2002). *Al-Quran dan Terjemahnya*.

Rokan.M.K, D. Y. S. (2022). Analisis Efektivitas Penggunaan QRIS (Quick Response-Code Indonesian Standard) Untuk Mendukung Paperless Di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Padang Bulan. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 4(2), 1–11.

Rukiah.(2019).—Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2019."

Safitri, R. D., Akuntansi, J. S., Ekonomi, F., & Mataram, U. (2024). *Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Pengelolaan Keuangan UMKM Abstrak Era digital memberikan kemudahan bagi Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah usaha , bahkan dalam situasi krisis ekonomi dan salah satu tantangan utama yang sering Undang Republik*. 5(2), 428–437.

Sari, P. M. (2010). *Aksesibilitas Penyandang Ketunaan dalam Lingkup Pendidikan di Kota Surakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Sekolah Inklusi di kota Surakarta)*.

Sari.P. I. (2024). Adoption of Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) through a Strategy to Increase the Financial Literacy of UMKM Players in the City of Solo. *Indonesian Journal of Interdisciplinary Research in Science and Technology (Marcopolo)*, 2(6), 931–942.

Sarjana, S.A. S, and Azmi.Z.(2021). *Manajemen UMKM. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Sekarsari, K. A. D., Sulistyaningrum, C. D., & Subarno, A. (2021). Optimalisasi penerapan quick response code indonesia standard (qris) pada merchant di wilayah surakarta. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 5(2), 42-57.

Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Managemen Bisnis*, 17(2), 287–297.

Silalahi, M. E., & Ginting, W. O. (2025). *Implementasi Penerapan E-Government melalui Sistem Pembayaran Quick Response Indonesian Standard ( QRIS ) Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) di Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Pematangsiantar*. 5, 4100–4111.

- Sinaga, M. H., Sri Martina, & Purba, D. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 6(1), 151–160.
- Sudariana, Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan Umkm Di Era Digital. In *Cv Widina Media Utama*.
- Sunarjo, W. A., Nurhayati, S., & Karimah, I. (2023). Pendampingan Pengenalan Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard (Qris) Sebagai Inovasi Pembayaran Cashless bagi Ukm di Desa SumurJomblangBogo, Kec, Bojong, Kab, Pekalongan. *Journal Of Social Community Services*, 02(03), 1–4.
- Tanjung, N. (2023). *Analisis peran financial technology (FINTECH) dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Padangsidempuan* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Tasya, N. I., Sebayang, B., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Volume 6(2), 491–502.
- Weil, A. R. (2018). Diffusion of innovation. *Health Affairs*, 37(2), 175–175.
- Wibowo, R. A. N. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen). *Skripsi Sarjana : Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*, hlm,33.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **1. Identitas Pribadi**

Nama : Arni Saima Putri Harahap  
NIM : 21 401 00137  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Email/No. HP : [saimaarni0@gmail.com](mailto:saimaarni0@gmail.com)/ 0812 6263 0851  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tempat/Tanggal Lahir : Hutanopan, 29 November 2002  
Jumlah Saudara : 6 Bersaudara  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Desa Hutanopan, Kecamatan Halongonan,  
Kabupaten Padang Lawas Utara

### **2. Identitas Orang Tua**

Nama Ayah : Ule Ridonne Harahap  
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil (PNS)  
Alamat : Desa Hutanopan  
Nama Ibu : Lanna Sari Silitonga  
Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga  
Alamat : Desa Hutanopan

### **3. Pendidikan Formal**

SD : SDN 100820 Simpang Barumon  
MTS : MTS s Darussalam Kampung Banjir G.Tua  
SMK : SMK Swasta KAMPUS Padangsidimpuan

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidimpuan, 2025

**Arni Saima Putri Harahap**  
**NIM.21 401 0013**

**Lampiran III Hasil Pengisian Angket**  
**Tabulasi Data Variabel Penggunaan QRIS (X1)**

| No.<br>Responden | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | TOTAL |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1                | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 35    |
| 2                | 3    | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | 3    | 4    | 25    |
| 3                | 3    | 3    | 4    | 5    | 2    | 1    | 3    | 4    | 25    |
| 4                | 2    | 2    | 3    | 4    | 4    | 1    | 1    | 4    | 21    |
| 5                | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 6                | 4    | 2    | 4    | 2    | 2    | 1    | 4    | 4    | 23    |
| 7                | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 8                | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 24    |
| 9                | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 10               | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 11               | 2    | 3    | 4    | 5    | 4    | 2    | 3    | 4    | 27    |
| 12               | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 13               | 4    | 4    | 3    | 3    | 5    | 5    | 2    | 4    | 30    |
| 14               | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 15               | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 16               | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 17               | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 34    |
| 18               | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 19               | 2    | 3    | 5    | 3    | 1    | 3    | 5    | 2    | 24    |
| 20               | 2    | 3    | 4    | 5    | 2    | 3    | 4    | 1    | 24    |
| 21               | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 24    |
| 22               | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 23               | 1    | 1    | 1    | 1    | 2    | 2    | 2    | 2    | 12    |
| 24               | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 25               | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 26               | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 27               | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 16    |
| 28               | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 16    |
| 29               | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 16    |
| 30               | 5    | 4    | 2    | 3    | 5    | 3    | 1    | 5    | 28    |

[illegible]

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 65 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 67 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 27 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 71 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 72 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 13 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 74 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 5 | 24 |
| 75 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 20 |
| 77 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 25 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 26 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 82 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  |
| 83 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 27 |
| 84 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 29 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |

**Tabulasi Data Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)**

| No.<br>Responden | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | TOTAL |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1                | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 24    |
| 2                | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 36    |
| 3                | 5    | 4    | 4    | 4    | 2    | 2    | 2    | 3    | 26    |
| 4                | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 1    | 2    | 3    | 28    |
| 5                | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 6                | 4    | 4    | 4    | 4    | 1    | 1    | 1    | 1    | 20    |
| 7                | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 8                | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 2    | 2    | 23    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 9  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 11 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 5 | 4 | 22 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 13 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 19 | 2 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 23 |
| 20 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 17 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 27 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  |
| 28 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 30 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 25 |
| 31 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 32 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 34 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 35 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 37 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 28 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 | 31 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 41 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 43 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 45 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 1 | 28 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 50 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 27 |
| 51 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 10 |
| 52 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 53 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 28 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 56 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 59 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 24 |
| 60 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 62 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 32 |
| 63 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 24 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 65 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 67 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 18 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 69 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 72 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 12 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 74 | 5 | 4 | 1 | 2 | 3 | 5 | 4 | 2 | 26 |
| 75 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| 76 | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 22 |
| 77 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 29 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 79 | 5 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 24 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 82 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 83 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 24 |
| 84 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 85 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 87 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 89 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 5 | 28 |



### Tabulasi Data Variabel Aksesibilitas Usaha (Y)

[illegible]



[illegible]

## Lampiran IV Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas variabel Penggunaan QRIS (X1), variabel Kepercayaan Konsumen (X2), dan variabel Aksesibilitas Usaha (Y).

### 1. Hasil uji validitas variabel Penggunaan QRIS (X1)

| Correlations |                     |        |        |        |       |       |       |        |       |        |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|
|              |                     | X1.1   | X1.2   | X1.3   | X1.4  | X1.5  | X1.6  | X1.7   | X1.8  | Total  |
| X1.1         | Pearson Correlation | 1      | .837** | .693** | .646* | .724* | .742* | .677** | .752* | .885** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000  | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.2         | Pearson Correlation | .837** | 1      | .808** | .769* | .762* | .650* | .724** | .667* | .905** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000  | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.3         | Pearson Correlation | .693** | .808** | 1      | .758* | .617* | .647* | .733** | .540* | .843** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000  | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.4         | Pearson Correlation | .646** | .769** | .758** | 1     | .687* | .580* | .701** | .683* | .847** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |       | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.5         | Pearson Correlation | .724** | .762** | .617** | .687* | 1     | .748* | .643** | .669* | .854** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000  |       | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.6         | Pearson Correlation | .742** | .650** | .647** | .580* | .748* | 1     | .745** | .652* | .842** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000  | .000  |       | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.7         | Pearson Correlation | .677** | .724** | .733** | .701* | .643* | .745* | 1      | .693* | .862** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000  | .000  | .000  |        | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X1.8         | Pearson Correlation | .752** | .667** | .540** | .683* | .669* | .652* | .693** | 1     | .824** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000  | .000  | .000  | .000   |       | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| Total        | Pearson Correlation | .885** | .905** | .843** | .847* | .854* | .842* | .862** | .824* | 1      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000  | .000  | .000  | .000   | .000  |        |
|              | N                   | 90     | 90     | 90     | 90    | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |

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

## 2. Hasil uji validitas variabel Kepercayaan Konsumen (X2)

| Correlations |                     |        |        |       |        |       |       |        |       |        |
|--------------|---------------------|--------|--------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|
|              |                     | X2.1   | X2.2   | X2.3  | X2.4   | X2.5  | X2.6  | X2.7   | X2.8  | Total  |
| X2.1         | Pearson Correlation | 1      | .791** | .668* | .602** | .551* | .642* | .585** | .606* | .809** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000  | .000   | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.2         | Pearson Correlation | .791** | 1      | .831* | .707** | .658* | .633* | .615** | .507* | .850** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000  | .000   | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.3         | Pearson Correlation | .668** | .831** | 1     | .814** | .686* | .608* | .623** | .617* | .867** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |       | .000   | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.4         | Pearson Correlation | .602** | .707** | .814* | 1      | .759* | .615* | .552** | .646* | .846** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  |        | .000  | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.5         | Pearson Correlation | .551** | .658** | .686* | .759** | 1     | .736* | .677** | .653* | .851** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   |       | .000  | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.6         | Pearson Correlation | .642** | .633** | .608* | .615** | .736* | 1     | .788** | .631* | .844** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000  |       | .000   | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.7         | Pearson Correlation | .585** | .615** | .623* | .552** | .677* | .788* | 1      | .750* | .835** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000  | .000  |        | .000  | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| X2.8         | Pearson Correlation | .606** | .507** | .617* | .646** | .653* | .631* | .750** | 1     | .813** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000  | .000  | .000   |       | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |
| Total        | Pearson Correlation | .809** | .850** | .867* | .846** | .851* | .844* | .835** | .813* | 1      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000  | .000  | .000   | .000  |        |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90    | 90    | 90     | 90    | 90     |

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

### 3. Hasil uji validitas variabel Aksesibilitas Usaha (Y)

| Correlations |                     |        |        |       |        |        |       |        |        |        |
|--------------|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
|              |                     | Y.1    | Y.2    | Y.3   | Y.4    | Y.5    | Y.6   | Y.7    | Y.8    | Total  |
| Y.1          | Pearson Correlation | 1      | .934** | .793* | .688** | .745*  | .695* | .787** | .735*  | .888** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000  | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.2          | Pearson Correlation | .934** | 1      | .847* | .732** | .778*  | .698* | .773** | .775*  | .911** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000  | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.3          | Pearson Correlation | .793** | .847** | 1     | .868** | .864*  | .779* | .803** | .808*  | .946** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |       | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.4          | Pearson Correlation | .688** | .732** | .868* | 1      | .892*  | .751* | .715** | .705*  | .890** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  |        | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.5          | Pearson Correlation | .745** | .778** | .864* | .892** | 1      | .804* | .681** | .611** | .893** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   |        | .000  | .000   | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.6          | Pearson Correlation | .695** | .698** | .779* | .751** | .804*  | 1     | .829** | .626*  | .867** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   |       | .000   | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.7          | Pearson Correlation | .787** | .773** | .803* | .715** | .681*  | .829* | 1      | .832*  | .899** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000  |        | .000   | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Y.8          | Pearson Correlation | .735** | .775** | .808* | .705** | .611** | .626* | .832** | 1      | .853** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000  | .000   |        | .000   |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |
| Total        | Pearson Correlation | .888** | .911** | .946* | .890** | .893*  | .867* | .899** | .853*  | 1      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   |        |
|              | N                   | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     |

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

## Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas variabel Penggunaan QRIS (X1), variabel Kepercayaan Konsimen (X2) dan variabel Aksesibilitas usaha (Y).

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan QRIS (X1)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .949                   | 8          |

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .939                   | 8          |

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Aksesibilitas Usaha (Y)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .939                   | 8          |

## Lampiran V Hasil Uji Asumsi Klasik

### Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|----------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                        |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 90                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>       | Mean           | .0000000                |
|                                        | Std. Deviation | 6.3813069               |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | .115                    |
|                                        | Positive       | .061                    |
|                                        | Negative       | -.115                   |
| Test Statistic                         |                | .115                    |
| Exact Sig. (2-tailed)                  |                | .005 <sup>c</sup>       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | .170                    |
| Point Probability                      |                | .000                    |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

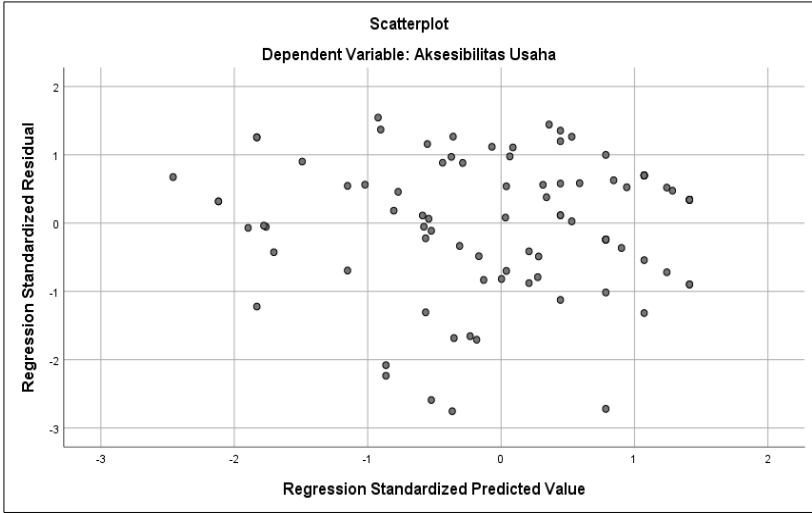
### Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                      |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                           |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)           | 5.113                       | 2.450      |                           | 2.086 | .040 |                         |       |
|                           | Penggunaan QRIS      | .530                        | .116       | .500                      | 4.554 | .000 | .449                    | 2.227 |
|                           | Kepercayaan Konsumen | .287                        | .115       | .273                      | 2.488 | .015 | .449                    | 2.227 |

a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha



### Hasil Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran VI Hasil Uji Hipotesis

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                      |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                           |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)           | 5.113                       | 2.450      |                           | 2.086 | .040 |                         |       |
|                           | Penggunaan QRIS      | .530                        | .116       | .500                      | 4.554 | .000 | .449                    | 2.227 |
|                           | Kepercayaan Konsumen | .287                        | .115       | .273                      | 2.488 | .015 | .449                    | 2.227 |

a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha

### Hasil Uji Parsial (Uji T)

| Coefficients <sup>a</sup>                  |                      |                             |            |                           |       |      |
|--------------------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                      |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                                            |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                                          | (Constant)           | 5.113                       | 2.450      |                           | 2.086 | .040 |
|                                            | Penggunaan QRIS      | .530                        | .116       | .500                      | 4.554 | .000 |
|                                            | Kepercayaan Konsumen | .287                        | .115       | .273                      | 2.488 | .015 |
| a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha |                      |                             |            |                           |       |      |

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA <sup>a</sup>                                               |            |                |    |             |        |                   |
|------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                                            |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                                                | Regression | 4058.946       | 2  | 2029.473    | 48.718 | .000 <sup>b</sup> |
|                                                                  | Residual   | 3624.176       | 87 | 41.657      |        |                   |
|                                                                  | Total      | 7683.122       | 89 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha                       |            |                |    |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Penggunaan QRIS |            |                |    |             |        |                   |

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

| Model Summary <sup>b</sup>                                       |                   |          |                   |                            |
|------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                                | .727 <sup>a</sup> | .528     | .517              | 6.454                      |
| a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Penggunaan QRIS |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Aksesibilitas Usaha                       |                   |          |                   |                            |

## Lampiran VII Dokumentasi Penelitian













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 Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 99 / Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/04/2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Mohon Izin Riset

17 April 2025

Yth; Kepala Dinas Perdagangan Kota Padangsidempuan.  
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Ami Saima Putri Harahap  
NIM : 2140100137  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan

  
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si  
NIP. 197905252006041004

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN  
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH,  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jalan Letjend T. Rizal Nurdin Km 7 Pal IV – Pijorkoling Kode Pos 22733

Telepon/Faximile (0634) 4323020

http : // [www.padangsidimpunkota.go.id](http://www.padangsidimpunkota.go.id)

Email : [d.perdagangan@padangsidimpunkota.go.id](mailto:d.perdagangan@padangsidimpunkota.go.id)

Padangsidempuan, 19 Mei 2025

Nomor : 845/ 486 /2025  
Sifat : Penting  
Aspirasi : -  
Jenis : Izin Riset

Th. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UTN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary  
Kota Padangsidempuan  
di  
Padangsidempuan

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Nomor : 99/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/04/2025 Tanggal 17 April 2025 Perihal Mohon Izin Riset, dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Aksesibilitas Usaha Pada Pelaku UMKM di Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan” untuk keperluan Skripsi atas nama :

Nama : Arni Saima Putri Harahap  
NIM : 2140100137  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, bersama ini kami memberikan persetujuan Izin Riset Mahasiswi tersebut diatas.

Demikian kami sampaikan, untuk dipergunakan seperlunya.



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN  
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH,  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

UDDIN HARAHAP, SH. MH  
PEMBAKUTAMA MUDA  
NIP. 196711181994031003