

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFISIENSI PEMBAYARAN
TERHADAP MINAT PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN
TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**



SKRIPSI

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

Oleh

**PUTRI IHSAN ANGGINI RAMLI NASUTION
NIM. 21 401 00114**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFISIENSI PEMBAYARAN
TERHADAP MINAT PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN
TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**



SKRIPSI

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

Oleh

**PUTRI IHSAN ANGGINI RAMLI NASUTION
NIM. 21 401 00114**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFISIENSI PEMBAYARAN
TERHADAP MINAT PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN
TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**



SKRIPSI

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

Oleh

PUTRI IHSAN ANGGINI RAMLI NASUTION
NIM. 21 401 00114

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

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

Hal: Lampiran Skripsi
A.n. Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution

Padangsidimpuan, 26 Mei 2025

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution** yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.H.
NIP. 198211162011012003

PEMBIMBING II



Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2013018301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution

NIM : 21 401 00114

Program Studi : Pebankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat
Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital
QRIS

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 Universitas
Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Nomor 341
Tahun 2023 Pasal 14 Ayat 12.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari
terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia
menerima sanksi sebagaimana tercantum Nomor 341 Tahun 2023 Pasal 14 Ayat
12 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak
hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang
berlaku.

Padangsidimpuan, 23 Juni 2025
Saya Yang Menyatakan,



Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
NIM. 21 401 001114

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution

NIM : 2140100114

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non-ekslusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-ekslusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 23 Jul 2025
Yang menyatakan,



Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
NIM. 21 401 00114



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 Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022 Website: *uinsyahada.ac.id*

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA	: PUTRI IHSAN ANGGINI RAMLI NASUTION
NIM	: 21 401 00114
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS

Ketua

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2024037601

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2024037601

Sekretaris

Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

Anggota

Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

Nando Fahrizal, M.E
NIDN.2019109402

Nur Mutiah, M.Si
NIDN. 2023069204

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	:	Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	:	Rabu, 18 Juni 2025
Pukul	:	10.00-12.00 WIB
Hasil/Nilai	:	Lulus/ 80,5 (A)
Indeks Predikat Kumulatif	:	3,48
Predikat	:	Sangat Memuaskan



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, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi

- : Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap
Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi
Pembayaran Digital QRIS
- : Putri Ihsasn Anggini Ramli Nasution
- : 21 401 00114

Nama
NIM

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

Padangsidimpuan,
Dekan,

Desember 2025



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

ABSTRAK

Nama : Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
NIM : 2140100114
Judul : Pengaruh Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Digital QRIS

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan efisiensi pembayaran terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Seiring dengan berkembangnya teknologi dan meningkatnya penetrasi internet, penggunaan media sosial dan sistem pembayaran digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis, terutama bagi para pedagang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pedagang yang telah atau belum menggunakan QRIS. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 834 pedagang dengan sampel 90 pedagang yang dipilih melalui Teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang dalam menggunakan QRIS. Selain itu, efisiensi pembayaran yang mencakup kemudahan transaksi, kecepatan proses, dan biaya rendah juga memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat pedagang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman dan eksposur terhadap QRIS melalui media sosial serta semakin efisien sistem pembayaran tersebut, maka semakin besar pula kemungkinan pedagang untuk mengadopsinya. Penelitian ini mengarah pada pentingnya edukasi digital melalui media sosial serta peningkatan kualitas infrastruktur pembayaran digital agar adopsi QRIS di kalangan pedagang dapat meningkat secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengambil kebijakan dan pengembangan sistem pembayaran digital dalam merancang strategi promosi dan edukasi yang lebih efektif untuk mendukung transformasi ekonomi digital nasional. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak terkait dalam meningkatkan literasi digital dan memperluas penggunaan QRIS di sektor perdagangan.

Kata Kunci: Media Sosial, Efisiensi Pembayaran, Minat Pedagang

ABSTRACT

Name : Putri Ihsan Anggini Ramlil Nasution
Reg Number : 2140100114
Title : *The Influence of Social Media and Payment Efficiency on Merchants' Interest in Using QRIS Digital Technology*

This study aims to analyze the influence of social media and payment efficiency on merchants' interest in using QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) digital payment technology. Along with the development of technology and increasing internet penetration, the use of social media and digital payment systems has become an important part of business activities, especially for merchants. This research uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires to merchants who have or have not used QRIS. The population in this study amounted to 834 merchants with a sample of 90 merchants selected through purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression to test the effect of each independent variable on the dependent variable. The results showed that social media had a positive and significant effect on merchant interest in using QRIS. In addition, payment efficiency which includes ease of transaction, speed of process, and low cost also has a significant influence on increasing merchant interest. This finding indicates that the higher the understanding and exposure to QRIS through social media and the more efficient the payment system, the more likely merchants are to adopt it. This research points to the importance of digital education through social media as well as improving the quality of digital payment infrastructure so that QRIS adoption among merchants can increase sustainably. This research contributes to policy makers and digital payment system developers in designing more effective promotion and education strategies to support the transformation of the national digital economy. The implications of this research are expected to be input for related parties in improving digital literacy and expanding the use of QRIS in the trade sector.

Keywords: *Social Media, Payment Efficiency, Merchant Interest*

ملخص البحث

الاسم : پوترى إحسان أنجيني راملي ناسيونت
رقم التسجيل : ٢١٤٠١٠٠١١٤
عنوان البحث : تأثير وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءة الدفع على اهتمام التجار في استخدام تقنية الدفع الرقمية رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءة الدفع على اهتمام التجار باستخدام تقنية الدفع الرقمي رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي. مع تطور التكنولوجيا وزيادة انتشار الإنترن特، أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأنظمة الدفع الرقمية جزءاً مهماً من الأنشطة التجارية، خاصة بالنسبة للتجار. تستخدم هذه الدراسة نهجاً كميّاً من خلال إجراء استبيان على التجار الذين استخدموه أو لم يستخدموه رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي. بلغ عدد المشاركين في الدراسة ٨٣٤ تاجراً، وتم اختيار عينة من ٩٠ تاجراً باستخدام تقنية العينة الموجة. تم تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد لاختبار تأثير كل متغير مستقل على المتغير التابع. أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي وهام على اهتمام التجار باستخدام رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي. بالإضافة إلى ذلك، فإن كفاءة الدفع التي تشمل سهولة المعاملات وسرعة العملية وتكلفة منخفضة لها تأثير كبير على زيادة اهتمام التجار. تشير هذه النتائج إلى أنه كلما زادت الفهم والتعرض لـ رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكلما زادت كفاءة نظام الدفع، زادت احتمالية تبني التجار له. تشير هذه الدراسة إلى أهمية التحقيق الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين جودة البنية التحتية للدفع الرقمي من أجل زيادة اعتماد رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي بين التجار بشكل مستدام. تساهم هذه الدراسة في تزويد صانعي السياسات ومطوري أنظمة الدفع الرقمي بمعلومات مفيدة لتصميم استراتيجيات ترويجية وتنفيذية أكثر فعالية لدعم التحول الاقتصادي الرقمي الوطني. ومن المتوقع أن تكون نتائج هذه الدراسة بمثابة مدخلات مفيدة للأطراف المعنية في تحسين حموم الأمية الرقمية وتوسيع استخدام رمز الاستجابة السريعة القياسي الإندونيسي في قطاع التجارة .

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، كفاءة الدفع، اهتمام التجار

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan para sahabatnya. Aamiin.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS”**, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra.Hj. Replita.M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., S.E.I., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Serta Bapak/Ibu dosen juga staf dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M selaku pembimbing I dan Ibu Syarifah Isnaini, M.E selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. 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.

6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syahada Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Ihsan Ramli Nasution dan Ibunda tercinta Aprilda Motto yang telah mendidik dan selalu berdoa tidak hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti dan banyak berkorban tanpa pamrih serta memberikan kasih sayang dukungan moral dan materi, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah untuk putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada keduanya diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
8. Nenek Tercinta Kepada H. Ramli Nasution dan Almh .Hj. Derlia binti Mangaraja Abdullah, yang selalu mendukung memberikan kasih sayang dan selalu mendoakan yang terbaik untuk peneliti. Semoga Almh. Derlia (Nenek) ditempatkan disurga Allah.
9. Kepada Keluarga Tercinta, Bou Ika yang selalu mendukung, membantu, dan selalu memberikan support untuk peneliti. Bou Pina yang selalu mendengar keluh kesah peneliti dan terimakasih kepada sepupu dan keluarga saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Terima kasih kepada sahabat saya Fatimah Nur, Masdiana, Lediva Annisa dan Fitri Yusriani yang selalu memberikan support dan membantu peneliti dalam

menyelesaikan skripsi ini.

11. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah 5 mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.
12. Terima kasih kepada teman KKL peneliti Sulis Maya Sari, Yola Afifah, Rizki simatupang, atas bantuan, dukungan, dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesaiya skripsi ini.
14. Dan yang terakhir kepada perempuan yang sederhana namun terkadang sangat sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis skripsi yaitu diri saya sendiri, Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution, Seorang anak perempuan usia 22 tahun yang keras kepala namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih telah hadir didunia dan sudah bertahan sejauh dan tetap memilih hidup dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum tercapai, namun terimakasih telah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk selalu mencoba. Terimakasih dan berbahagialah.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat,

khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi para pembacanya serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan. Amin ya robbal alamin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Padangsidimpuan, 26 Mei 2025
Peneliti

Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
NIM. 2140100114

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan 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 dan ye
ص	şad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	dad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ż	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

B. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—	ḍommah	U	U

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

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

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ء.....ي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ء...،	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

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

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

D. *Syaddah (Tasyid)*

Syaddah atau *tasyid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasyid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

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

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

diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital 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.

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
ملخص البحث	iii
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Definisi Operasional Variabel.....	10
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian	13
G. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori	15
1. Minat Pedagang.....	15
a. Pengertian Minat Pedagang	15
b. Indikator Minat Pedagang.....	16
2. Media Sosial	16
a. Pengertian Media Sosial	16
b. Indikator Media Sosial.....	21
3. Efisiensi Pembayaran	22
a. Pengertian Efisiensi Pembayaran.....	22
b. Indikator Efisiensi Pembayaran	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir.....	28
D. Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	30
B. Jenis dan Metode Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reliabilitas	35
2. Uji Asumsi Dasar	35
a. Uji Normalitas	35
b. Uji Linieritas	36
3. Uji Asumsi Klasik	36
a. Uji Multikolinearitas	36
b. Uji Autokorelasi	36
c. Uji Heteroskedastisitas	37
4. Analisis Regresi Linear Berganda	37
5. Uji Hipotesis	38
a. Uji Parsial (t)	38
b. Uji Simultan (F)	39
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Sejarah Pasar Sangkumpal Bonang	40
2. Jenis-Jenis Pedagang	44
3. Visi dan Misi Kota Padangsidimpuan	45
4. Pemerintahan Kota Padangsidimpuan	46
B. Deskripsi Data Penelitian	48
C. Pengujian dan Hasil Analisis Data	52
1. Hasil Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	52
a. Hasil Uji Validitas	52
b. Hasil Uji Reliabilitas	54
2. Hasil Uji Asumsi Dasar	55
a. Hasil Uji Normalitas	55
b. Hasil Uji Linieritas	58
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
a. Hasil Uji Multikolinearitas	59
b. Hasil Uji Autokorelasi	60
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
5. Hasil Hipotesis	63
a. Hasil Uji Parsial (t)	63

b. Hasil Uji Simultan (F)	64
c. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
E. Keterbatasan Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.I Definisi Operasional Variabel	11
Tabel 1.II Penelitian Terdahulu	24
Tabel 1.III Skala Likert	33
Tabel 1.IV Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 2.IV Profil Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 3.IV Tanggapan Responden	50
Tabel 4.IV Hasil Uji Validitas Minat Pedagang (Y)	52
Tabel 5.IV Hasil Uji Validitas Media Sosial (X ₁)	53
Tabel 6.IV Hasil Uji Validitas Efisiensi Pembayaran (X ₂)	53
Tabel 7.IV Hasil Uji Reliabilitas Y	54
Tabel 8.IV Hasil Uji Reliabilitas X ₁	54
Tabel 9.IV Hasil Uji Reliabilitas X ₂	55
Tabel 10.IV Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 11.IV Hasil Uji Linieritas Media Sosial dan Minat Pedagang	57
Tabel 12.IV Hasil Uji Linieritas Efisiensi Pembayaran dan Minat Pedagang	58
Tabel 13.IV Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 14.IV Hasil Uji Autokorelasi	60
Tabel 15.IV Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 16.IV Hasil Uji Parsial (t)	63
Tabel 17.IV Hasil Uji Simultan (F)	64
Tabel 18.IV Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik	2
Gambar 2.I Kerangka Pikir	28
Gambar 1.IV Heteroskedasitas.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

SURAT IZIN PRA PENELITIAN

SURAT IZIN PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

SURAT VALIDASI ANGKET

LEMBAR VALIDASI ANGKET

DAFTAR PERTANYAAN ANGKET

Media Sosial (X₁), Efisiensi Pembayaran (X₂), Minat Pedagang (Y)

TABULASI ANGKET

Tabulasi Media Sosial (X₁), Efisiensi Pembayaran (X₂), Minat Pedagang (Y)

HASIL UJI VALIDITAS

Output Uji Validitas Media Sosial (X₁), Efisiensi Pembayaran (X₂), Minat Pedagang (Y)

HASIL UJI RELIABILITAS

Output Uji Reliabilitas Media Sosial (X₁), Efisiensi Pembayaran (X₂), Minat Pedagang (Y)

HASIL UJI NORMALITAS

HASIL UJI LINIERITAS

Output Uji Linieritas Media Sosial (X₁) dan Minat Pedagang, Efisiensi Pembayaran (X₂) dan Minat Pedagang (Y)

HASIL UJI MULTIKOLIEARITAS

HASIL UJI AUTOKORELASI

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

HASIL UJI HIPOTESIS

Output Uji Parsial (Uji t), *Output* Uji Simultan (Uji F), Uji *Output* Uji Koefisien Determinasi (R²).

R TABEL, T TABEL, F TABEL

LAMPIRAN DOKUMENTASI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi yang terus berkembang di semua sektor saat ini, mengarah pada revolusi digital yang membawa kita semua menuju era teknologi gangguan atau dikenal sebagai industri 4.0. Dengan adanya industri 4.0, setiap aktivitas yang dilakukan telah terbantu oleh kemajuan teknologi, sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.¹ Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Sejak beberapa tahun yang lalu, transaksi tanpa uang tunai atau yang disebut dengan uang elektronik (*e-money*) telah mengalami perkembangan pesat.² Dengan adanya kemajuan dan kemudahan penggunaan teknologi dalam pembayaran digital, maka munculah layanan baru yang disebut dompet digital (*e-wallet*) yang merupakan penerus uang elektronik (*e- money*). Akses ke teknologi merupakan kunci pembuka untuk memasuki era ekonomi berbasis pengetahuan. Begitu pula dengan akses internet masyarakat dapat memperoleh segala informasi yang mereka butuhkan yang dapat menjadi peluang untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat.³

¹Nur Saebah dan Muhamad Zaenal Asikin, Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis Pada Gen-Z Dengan Model Bisnis Canvas *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 3 No. 11 November, 2020, hlm.40.

²A Srikaningsih, *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0.* (Andi, 2020).

³Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, dan 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, hlm. 33-47.

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia mengalami perkembangan pesat sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan transaksi yang lebih praktis dan efisien. Salah satu terobosan yang paling menonjol adalah implementasi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QRIS dirancang sebagai standar pembayaran digital yang memudahkan berbagai jenis transaksi, baik untuk pedagang maupun konsumen. Dengan QRIS, transaksi dapat dilakukan dengan cepat, aman, dan tanpa memerlukan uang tunai, yang sejalan dengan upaya pemerintah untuk meningkatkan inklusi keuangan dan digitalisasi ekonomi. Namun, adopsi QRIS oleh pedagang tidak selalu berjalan mulus dan merata.

QRIS merupakan standar kode QR untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile banking. Tujuan adanya QRIS ini agar pembayaran digital menjadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator satu pintu karena telah berstandar.

Gambar I.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2023



Sumber : Bank Indonesia

Gambar 1.I menunjukkan perkembangan nilai transaksi uang elektronik di Indonesia selama periode tahun 2019 hingga 2023. Data ini bersumber dari website resmi Bank Indonesia dan disajikan dalam satuan triliun rupiah. Gambar 1.I menunjukkan peningkatan yang konsisten setiap tahunnya, mencerminkan pertumbuhan pesat dalam penggunaan uang elektronik di Indonesia seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi sistem pembayaran.

Penggunaan QRIS, yang menyediakan mekanisme pembayaran yang lebih efektif dan kekinian, merupakan salah satu inovasi terbaru dalam industri pembayaran. Penggunaan QRIS memudahkan pelanggan yaitu dapat dengan cepat dan mudah membayar menggunakan ponsel mereka dengan memindai kodeZQR yang telah disediakan oleh pedagang dan penyedia layanan. Uang tunai menjadi semakin jarang digunakan sebagai bentuk pembayaran dan digantikan oleh opsi non-tunai yang lebih hemat dan efisien karena kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran.⁴

Media sosial menjadi *platform* di mana mereka berbicara, membagikan informasi, dan berpartisipasi dalam kampanye sosial. Gen Z memiliki preferensi terhadap konsumsi konten digital, termasuk *streaming* video, *podcast*, dan konten-konten pendek yang mudah dikonsumsi. Mereka sering menjadi pencipta konten sendiri atau berpartisipasi dalam mendukung konten-konten yang relevan dengan minat mereka. Lahirnya media sosial menjadikan

⁴Hayuni Dinda, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan Terhadap Penggunaan E-Money Shopeepay Sebagai Alat transaksi pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau. Diss. *Skripsi* (UIN SUSKA RIAU, 2023), hlm. 114-116.

pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etika dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.⁵

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Saat ini masyarakat bahkan dapat berbelanja menggunakan media sosial seperti tiktok dan *YouTube* dengan metode pembayaran menggunakan QRIS ataupun jenis dompet digital lainnya. Dengan cara yang efisien, cukup dengan memilih produk yang di inginkan dan melakukan pembayaran, barang yang diinginkan akan langsung di antar ke alamat tujuan. Bukan hanya itu, media sosial seperti Instagram juga dapat menjadi media promosi dan penjualan Bagi para pedagang dengan membuat sebuah foto maupun vidio yang berisi penjelasan mengenai produk yang ingin dijual kepada pembeli dengan menyertakan nama, alamat beserta kontak dari pedagang yang pembeliannya dilakukan dengan menggunakan QRIS. Secara tidak langsung minat pedagang baik yang hanya dapat diakses melalui media

⁵Restiti, Difa, and Rizki Amalia. "Pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang quick response code indonesian standard (QRIS)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021): 157-173.

sosial maupun yang berjualan langsung tanpa bantuan media sosial menyediakan layanan pembayaran dengan menggunakan QRIS.⁶

Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-teman dan keluarga. Dalam media sosial siapa pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir. Hal ini dikarenakan dalam internet khususnya media sosial sangat mudah memalsukan identitas atau jati diri untuk melakukan suatu tindakan kejahatan. Padahal dalam perkembangan sekolah, remaja berusaha mencari identitasnya dengan bergaul bersama teman-teman sebayanya. Namun saat ini seringkali remaja yang beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial maka mereka akan dianggap semakin keren dan gaul. Sedangkan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno atau ketinggalan jaman dan kurang gaul.⁷

Dampak positif dan negatif media sosial:

Memperluas jaringan pertemanan, memperluas pengetahuan dan memudahkan dalam berkomunikasi. Meningkatnya kecanduan digital, sarana penyebaran informasi palsu (*hoaks*), meningkatnya kasus perudungan (*bullying*).⁸ Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk bijak dan kritis dalam menggunakan media sosial agar tidak terjebak dalam dampak buruknya.

⁶Herlan Guntoro dkk., “Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat,” *Journal Marine Inside* 1, no. 2, 2022, hlm. 1–32.

⁷Winda Fronika, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja,” *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang.*, 2019, hlm. 1–15.

⁸Alcianno G Gani, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja, *Jurnal Mitra Manajemen* 7, no. 2, 2020, hlm. 32–42.

Efisiensi adalah kegiatan mencapai tujuan dengan benar dengan menggunakan sumber daya, waktu, tenaga yang minimum secara optimal dengan hasil output yang maksimal pula. Efisiensi sistem pembayaran merupakan kepraktisan pembayaran modern yang berbasis pada teknologi. Efisiensi merupakan perbandingan antara output dengan input atau dengan istilah lain output per unit input. Suatu organisasi, program, atau kegiatan dikatakan efisien apabila mampu menghasilkan output tertentu dengan input serendah-rendahnya, atau dengan input tertentu mampu menghasilkan output sebesar-besarnya (*spending well*).⁹

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangi suatu obyek. Timbulnya minat terhadap suatu obyek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi bisa dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap obyek yang diminati tersebut. Seiring berjalannya waktu, setiap pengusaha dituntut untuk mengembangkan kegiatan usahanya sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Meskipun begitu, pengusaha muslim tetap memiliki kewajiban untuk berbinis dengan mencerminkan akhlaknya sebagai seorang muslim. Mulai dari persiapan modal, strategi marketing bisnis hingga berlangsungnya kegiatan transaksi yang sesuai dengan akad dan syarat-syarat sah yang telah ditentukan dalam syariat.¹⁰

⁹Fikri Akbar, Sakum, dan Solikhul Hidayat, “Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 07, no. 02, 2011, hlm. 196–204.

¹⁰Lailatul Hikmah, Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Efisiensi Sistem Pembayaran Transportasi Di Wilayah Jabodetabek Studi Kasus Mahasiswa Uin Syarif Hidayatullah Jakarta,” *Skripsi*, 2018, hlm. 162.

Minat pedagang, memiliki peran yang penting dalam menggunakan teknologi pembayaran baru ini. Namun pada beberapa tempat, mereka dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran masih jarang ditemui di daerah daerah yang bukan ibu kota terutama pada pedagang yang berjualan di pasar tradisional, UMKM yang berkembang di Indonesia banyaknya mencapai 8,71 juta unit dan berdasarkan data dari salah satu perusahaan teknologi penyedia angkutan dan usaha dalam jaringan atau *market place* jumlah UMKM di Indonesia yang masuk ke ekosistem digital sudah melebihi 17 juta pelaku usaha. Kebanyakan ditemukan di perkotaan, salah satunya adalah di kota Padangsidimpuan, yang dimana banyaknya jumlah UMKM di kota Padangsidimpuan saat ini mencapai 11.712 pelaku UMKM. Hal ini menjadi tujuan para pelaku usaha untuk memulai dan mengembangkan usahanya dan menjadi tujuan bagi para konsumen untuk menikmatinya.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bulan November 2024, dengan beberapa narasumber yang Pro (setuju) dengan adanya metode pembayaran digital QRIS. Mereka mengatakan bahwa dengan adanya pembayaran digital QRIS pembayaran jadi lebih mudah dan praktis dan juga tidak lelah karena harus menukar uang kembalian. Pembayaran menggunakan QRIS juga lebih efisien karna lebih menhemat waktu dan tenaga.¹²

¹¹Diskominfo.padangsidimpuankota.go.id. "Statistik Sektoral Kota Padang Sidempuan 2022" pertama kali diindeks oleh Google, diakses pada February 2019.

¹²Rohini, Penjual Sembako, *wawancara*, (Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, 26 November 2024. Pukul 10.15 WIB).

Ada juga beberapa narasumber yang kontra (kurang setuju) terhadap penggunaan pembayaran digital QRIS. Sulitnya akses jaringan internet di lantai bawah (basement) menjadi pertimbangan utama untuk menggunakan nya. Banyak juga pedagang yang kurang paham bagaimana cara menggunakan pembayaran digital QRIS ini. Para pedagang juga khawatir tentang penipuan yang dilakukan pembeli jika menggunakan pembayaran digital.¹³

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan pada pedagang, masih jarang ditemukan yang menggunakan layanan pembayaran digital QRIS. Bahkan tidak ditemukan pada usaha mikro yang memberikan layanan penggunaan pembayaran digital. Peneliti hanya menemukan pada beberapa usaha kecil dan menengah yaitu pada toko penjual kain, tas dan aksesoris jam tangan. Akan tetapi diantara pelaku usaha yang sudah memberi layanan menggunakan pembayaran digital tersebut mengatakan bahwa masih banyak masyarakat yang lebih memilih transaksi dengan metode pembayaran tunai, dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengerti atau bahkan tidak tahu mengenai metode pembayaran digital QRIS ini. Para pedagang juga mengatakan bahwa mereka merasa kurang percaya dengan pembayaran digital QRIS ini, ada juga pedagang yang mengatakan pembeli kebanyakan ibu-ibu yg berusia 30 tahun lebih yang menurut peneliti termasuk (Generasi Y), yang tidak paham tentang QRIS dan tidak memiliki smartphone. Selain itu mereka juga mengatakan sulit

¹³Sri Wahyuni, Penjual Seragam Sekolah, *wawancara*, (Pasar Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan, 13 November 2024. Pukul 12.30 WIB).

nya akses jaringan di lantai bawah (basement) menjadi pertimbangan dalam menggunakan pembayaran digital QRIS.

Kepala Dinas kominfo Padangsidimpuan Nur Cahyo Budi Susetyo pada kamis 8 maret menyatakan: “Sesuai dengan tugas dan fungsi pokok kominfo kita membantu UMKM bagaimana caranya menyampaikan kepada masyarakat mengenai pemasarannya kemudian juga pembinaan SDM & UMKM, sesuai dengan perkembangan digital.” Maka dari itu pihaknya terus mendorong pelaku UMKM memanfatkan teknologi karena sektor ini bisa mendongkrak pendapatan asli daerah (PAD).¹⁴

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana tanggapan pedagang terkait kemajuan teknologi yang menciptakan kemudahan dalam transaksi pembayaran digital QRIS. Oleh sebab itu, peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital Qris”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat di identifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Masih banyak pedagang yang belum menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS untuk transaksi pembayaran.

¹⁴Donny Aditra dkk, "Dikominfo Padangsidimpuan Bina Kemampuan Digital PelakuUMKM", <https://m.antaranews.com/video/3431508/diskominfo-padang-sidempuan-bina-kemampuan-digital-pelaku-umkm>, Rabu 8 Maret 2023, 17:12 WIB.

2. Kurangnya minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS.
3. Adanya ketidakefisienan pada sistem pembayaran digital sebelum adanya pembayaran digital QRIS.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan agar tidak terjadi penyimpangan dan meluasnya pokok bahasan, sehingga penelitian ini lebih terarah dan terorganisir serta memudahkan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini penulis membatasi penelitian mengenai pengaruh media sosial dan efisiensi pembayaran terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS pada pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan segala yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel bebas (variabel independen) yang dinotasikan dengan simbol X dan variabel terikat (variabel dependen) yang dinotasikan dengan simbol Y. Variabel itulah yang kemudian dianalisis untuk menemukan hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap dependen. Berikut defenisi operasional variabel pada penelitian ini.

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Minat Pedagang (Y)	<p>Minat merupakan dorongan yang muncul setelah seseorang melihat, mengamati, membandingkan, dan mempertimbangkan suatu keinginan dengan kebutuhannya.</p> <p>Ketika kita tertarik pada sesuatu, kita cenderung memberikan respon positif dan mengambil tindakan lanjutan terhadap objek tersebut. Minat merupakan aspek psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan, menarik perhatian, dan membuatnya rela terlibat dalam kegiatan tersebut.</p>	<p>1. Perhatian yang besar 2. Ketertarikan 3. Adanya keinginan untuk melakukan¹⁵</p>	Ordinal
2.	Media Sosial (X1)	<p>Media sosial merupakan suatu platform yang kini banyak digunakan oleh masyarakat saat ini terutama digunakan untuk berinteraksi, mendapatkan dan berbagi informasi</p>	<p>1. <i>Context</i> 2. <i>Commication</i> 3. <i>Collaboration</i>¹⁶</p>	Ordinal

¹⁵Winkel (2009). Psikologi Pengajaran. Yogyakarta: Media Abadi.

¹⁶Alyusi Shiefti Dyah, *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal social*, (Jakarta : Prenada Media, 2019), hlm. 21.

		secara luas dan cepat dengan menggunakan suatu teknologi yang sudah difasilitasi jaringan internet.		
3.	Efisiensi Pembayaran (X2)	Efisiensi adalah kegiatan mencapai tujuan dengan benar dengan menggunakan sumber daya, waktu, tenaga yang minimum secara optimal dengan hasil output yang maksimal pula. Efisiensi sistem pembayaran merupakan kepraktisan pembayaran modern yang berbasis pada teknologi.	1. Hemat Waktu 2. Hemat Biaya 3. Hemat Tenaga. ¹⁷	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka dirumuskan permasalahan yang diteliti sebagai berikut:

1. Apakah Media sosial berpengaruh terhadap minat pedagang untuk menggunakan pembayaran digital QRIS di Pasar Sangkumpal Bonang?
2. Apakah efisiensi pembayaran dapat memengaruhi minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS di Pasar Sangkumpal Bonang?

¹⁷Fani Al Vionita Rangkuti, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Qris Dan Kemudahan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Uinsu,” *Perbankan Syariah* 140, no. 1, 2021, hlm. 6.

3. Apakah media sosial dan efisiensi pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap minat pedagang dalam menggunakan metode pembayaran digital QRIS di Pasar Sangkumpal Bonang?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat pedagang untuk menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS di Pasar Sangkumpal Bonang.
2. Untuk menganalisis pengaruh efisiensi pembayaran terhadap minat pedagang untuk menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS di Pasar Sangkumpal Bonang.
3. Untuk menganalisis pengaruh media sosial dan efisiensi pembayaran secara simultan terhadap minat pedagang untuk menggunakan metode pembayaran digital QRIS di Pasar Sangkumpal Bonang.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk setiap pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, pemecahan masalah sesuai dengan teori yang telah dipakai di bangku kuliah, menambah pengalaman, wawasan dan pengetahuan.
 - b. Dapat menjadi referensi, bahan rujukan dan menginspirasi pihak lain dalam mengembangkan penelitian dengan isu yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan peneliti mengenai berpengaruh signifikan atau tidak Media Sosial dan Gen Z terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi digital QRIS.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih mendalam berkaitan dengan judul penelitian ini, khususnya bagi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi dan rujukan dalam menunjang penulisan-penulisan ilmiah serta dapat menjadi perbandingan bagi penulis lain dalam karya ilmiahnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat Pedagang

a. Pengertian Minat Pedagang

Minat sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangi suatu obyek. Timbulnya minat terhadap suatu obyek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi bisa dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap obyek yang diminati tersebut. Seiring berjalannya waktu, setiap pengusaha dituntut untuk mengembangkan kegiatan usahanya sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Meskipun begitu, pengusaha muslim tetap memiliki kewajiban untuk berbinis dengan mencerminkan akhlaknya sebagai seorang muslim. Mulai dari persiapan modal, strategi marketing bisnis hingga berlangsungnya kegiatan transaksi yang sesuai dengan akad dan syarat-syarat sah yang telah ditentukan dalam syariat.¹⁸

¹⁸Sakum Sakum dkk., “Minat Pedagang Muslim Menabung Di Perbankan Syariah: Seberapa Besar Pengaruh Pengetahuan dan Budaya Kerja,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 2024, hlm. 490.

b. Indikator Minat

1) Perhatian yang besar

Perhatian yang besar dalam konteks minat adalah kondisi di mana individu secara sadar memfokuskan pikiran dan konsentrasi pada suatu objek karena dirasa relevan, penting, atau menyenangkan.¹⁹

2) Ketertarikan

Ketertarikan adalah aspek afektif dari minat yang mencerminkan rasa suka, kesenangan, atau daya tarik seseorang terhadap suatu objek, produk, atau aktivitas.²⁰

3) Adanya Keinginan untuk Melakukan

Keinginan untuk melakukan adalah dorongan atau motivasi internal seseorang untuk melakukan suatu tindakan secara sukarela karena rasa minat dan kebutuhan terhadap objek tersebut.²¹

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial

¹⁹Putra, R. Y., & Nuryadin, E. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Efisiensi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Digital*, Vo. 5, No. 2, Hlm. 78–85.

²⁰Anjani, D., & Prasetyo, A. R. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS di Kalangan UMKM. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, Vol. 4, No. 1, Hlm. 45–53.

²¹Sari, M., & Kurniawan, B. (2022). Minat Penggunaan Teknologi Digital dalam Sistem Pembayaran di Era Society 5.0. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Digital*, Vol. 3, No. 3, Hlm. 112–119.

yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.²²

Media sosial menurut Kotler dan Keller adalah sarana bagi konsumen yang digunakan untuk berbagi teks, gambar, audio dan informasi video dengan sesama pengguna maupun sebuah perusahaan. Sedangkan Tim pusat humas Kementerian Perdagangan RI menyebutkan bahwa media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih²³.

²²Subari, S. M. T, *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*, Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2017.

²³Atika Husaini, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, *skripsi ekonomi syariah*, Palu, 2019, hlm.56.

Peneliti menggunakan 2 teori dalam penelitian ini yaitu:

1) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

UTAUT merupakan teori yang berpengaruh dan banyak diadopsi dalam melakukan penelitian mengenai penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi, hal ini dikarenakan teori ini mampu menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerima teknologi terkemuka menjadi satu. Delapan teori tersebut adalah: *Technology Acceptance Model* (TAM), *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT), *Diffusion Of Innovation Theory* (DOI), *Theory Of Planned Behavior* (TPB), *Theory Of Reasoned Action* (TRA), *Motivational Model* (MM), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Expectation-Confirmation Theory* (ECT).²⁴

Kelebihan dari metode UTAUT adalah mampu memberikan penjelasan mengenai bagaimana perbedaan individu dapat mempengaruhi penggunaan suatu teknologi yaitu mampu menjelaskan hubungan antara kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan maupun niat dalam menggunakan suatu teknologi. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan variabel facilitating condition (kondisi yang memfasilitasi) yang terdapat dari teori UTAUT dikarenakan peneliti ingin melihat sejauh mana kepercayaan pedagang (UMKM) bahwa kemampuan teknis yang tersedia dapat mendukung dalam penggunaan sistem (SMM).

²⁴Viswanath Venkatesh dkk., "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *Jurnal Management Information Systems* 27, no. 3, 2003, hlm. 425–78.

UTAUT merupakan model berbasis teori gabungan yang dikembangkan melalui teori-teori sebelumnya yang menjelaskan tentang penerimaan dan penggunaan teknologi. Saat ini, UTAUT telah diakui sebagai salah satu model penerimaan teknologi yang paling uptodate dan sudah banyak digunakan. Pada dasarnya, UTAUT hadir dengan empat variabel utama yaitu :

- a) Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), mengukur sejauh mana pengguna sistem percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka memperoleh peningkatan kinerja dalam pekerjaan mereka. Faktor Ekspektasi Kinerja pada Minat Pemanfaatan (*Behavioral Intention*) akan dilengkapi dengan variabel moderator yaitu *gender* dan *age*.
- b) Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), merupakan indikator tingkat kemudahan penggunaan sistem. Gunakan variabel ini untuk melihat apakah sistem yang diterapkan tidak membebani pengguna dalam hal kemudahan. Faktor ekspektasi usaha pada Minat Pemanfaatan (*Behavioral Intention*) akan dilengkapi dengan variabel moderator yaitu *gender*, *age*, dan *experience*.
- c) Pengaruh Sosial (*Social Influence*), mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa orang-orang terdekatnya berpikir mereka harus menggunakan sistem baru. Faktor Pengaruh Sosial pada Minat Pemanfaatan (*Behavioral Intention*) akan dilengkapi dengan

variabel moderator yaitu *gender*, *age*, *dan experience*, dan *voluntariness of use*.

d) Kondisi Yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), mengukur sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi dan infrastruktur perusahaan telah mendukung implementasi sistem. Faktor Kondisi Yang Memfasilitasi pada Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) akan dilengkapi oleh *age* dan *experience*.²⁵

2) Maqashid Syariah

Teori ini merupakan kerangka dasar dalam hukum Islam yang bertujuan menjaga dan mewujudkan kemaslahatan umat manusia secara menyeluruh. Maqashid Syariah mencakup lima tujuan utama:

- a) Hifz ad-Din (Menjaga agama)
- b) Hifz an-Nafs (Menjaga jiwa)
- c) Hifz al-‘Aql (Menjaga akal)
- d) Hifz an-Nasl (Menjaga keturunan)
- e) Hifz al-Mal (Menjaga harta)

Penggunaan teknologi pembayaran digital QRIS dapat dianalisis melalui Maqashid Syariah, khususnya aspek Hifz al-Mal (menjaga harta) karena teknologi ini bertujuan mempermudah, mengamankan, dan mengefisienkan transaksi pedagang. Media sosial dan efisiensi pembayaran mendukung kesejahteraan ekonomi dan

²⁵Rahma Apriyani dan Desi Pibriana, “Penerapan Model UTAUT Untuk Menganalisis Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi E-Office (Studi Kasus: PT ABCX) Application of The UTAUT Model To Analyse Acceptance And Use Of E- Office Information Systems (Case Study: PT ABCX), *Jurnal Teknik Informatika Dan System Informasi*, Vol.8, No. 3, 2021, Hlm. 69.

keterbukaan informasi, yang relevan dengan prinsip maslahah dalam Maqashid Syariah. Jadi, teori Maqashid Syariah digunakan untuk memastikan bahwa teknologi atau praktik ekonomi yang digunakan oleh masyarakat tetap sejalan dengan tujuan syariat Islam, yaitu membawa kemaslahatan dan menghindari kerusakan.²⁶

b) Indikator media sosial

1) *Context*

Metode membingkai suatu pesan (informasi) dengan mencermati pemakaian Bahasa ataupun isi dari pesan yang hendak di informasikan.

2) *Communication*

Berbagai pesan (informasi) semacam mendengar, merespon serta berkembang dengan berbagai bermacam metode agar pengguna merasa aman serta pesan tersampaikan dengan baik.

3) *Collaboration*

Kedua belah pihak bekerja sama untuk membuat seluruh perihal jadi lebih baik. Dengan kerja sama antara suatu akun ataupun industri dengan penggunanya di media sosial untuk membuat perihal baik lebih efesien serta lebih efektif.

²⁶Antonio, Muhammad Syafii. (2011). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani.

3. Efisiensi Pembayaran

a. Pengertian Efisiensi Pembayaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia efisiensi adalah cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya. Menurut Kamus Besar Ekonomi menyatakan bahwa efisiensi adalah hubungan atau perbandingan antara faktor keluaran (*output*) barang dan jasa dengan masukan (*input*) yang langka didalam suatu unit kerja, atau ketetapan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa efisiensi adalah kegiatan mencapai tujuan dengan benar dengan menggunakan sumber daya, waktu, tenaga yang minimu secara optimal dengan hasil output yang maksimal pula. Efisiensi sistem pembayaran merupakan kepraktisan pembayaran modern yang berbasis pada teknologi.²⁷

Kata “pembayaran” diartikan sebagai perpindahan nilai antara dua belah pihak. Pihak yang dimaksud adalah pihak penjual dan pihak pembeli. Sehingga dalam setiap kegiatan ekonomi ketika terjadi pemindahan barang dan jasa pasti akan melibatkan apa yang disebut dengan proses pembayaran.

²⁷Martono, R. V. *Analisis Produktivitas dan efisiensi*. Gramedia Pustaka Utama (2019).

Menurut UU no 23 tahun 1999 Sistem Pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa sistem pembayaran adalah kerja yang teratur dari berbagai bagian dalam rangka pemindahan nilai di antara dua belah pihak yang melakukan transaksi.

Sistem pembayaran juga dapat disimpulkan sebagai sebuah struktur atau tatanan yang mendukung kegiatan transaksi atau pemindahan dana agar dapat berjalan dengan baik.

b. Indikator Efisiensi Pembayaran

1) Hemat Waktu

Hemat waktu adalah konsep yang merujuk pada penggunaan waktu secara efisien untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu dengan mengurangi pemborosan waktu atau melakukan aktivitas secara lebih cepat tanpa mengorbankan kualitas.

2) Hemat Tenaga

Hemat tenaga adalah konsep yang merujuk pada penggunaan energi fisik atau mental secara efisien untuk menyelesaikan tugas atau aktivitas, dengan mengurangi upaya yang tidak perlu atau pemborosan tenaga.

3) Hemat Biaya

Hemat biaya adalah konsep yang merujuk pada penggunaan sumber daya keuangan secara efisien untuk mengurangi pengeluaran tanpa mengorbankan kualitas atau hasil yang diinginkan. Tujuannya adalah meminimalkan pemborosan uang dengan cara yang efektif dan strategis.²⁸

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dan akan mencantumkan beberapa hasil penelitian orang lain yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung isi ataupun bahan acuan (perbandingan) dari penelitian ini.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Gitty Anisa Putri (2023) ²⁹	Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru)	Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riskyady (2021), sosial media dan harga secara simultan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli tiket	Persamaan pada penelitian ini sama-sama melihat bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, Penelitian ini membahas

²⁸Mukhtisar Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Evriyenni Evriyenni, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh),”, *Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1, 2022, hlm. 56.

²⁹Putri Gitty Anisa dan Fitri Ayu Nofirda.,“Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA* Vol.1 No. 2 ,2023, hlm. 286-302.

			pertandingan sepak bola Persebaya pada Loket.com. Artinya, kualitas informasi yang ada di sosial media dan didukung oleh harga jual yang terjangkau oleh konsumen maka akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian tiket pada situs pada Loket.com.	bagaimana “Pengaruh Media Social dan Perilaku Gen Z Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS”. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas “Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram Di Pekanbaru)”.
2.	Suliah & Pabulo (2023) ³⁰	Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan, dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Generasi Z dalam Mengadopsi Teknologi Pembayaran Digital.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi <i>Millennials</i> dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Penggunaan media sosial memungkinkan mereka.	Persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel independen media sosial (X_1), Pengetahuan (X_2) dan Perbedaan, variabel independen kemudahan (X_3).
3.	Muhammad Anang (2024) ³¹	Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli	Media sosial sangat berpengaruh terhadap minat beli	Persamaan pada penelitian ini sama-sama melihat

³⁰Suliah, S., & Pabulo, A. M. A. Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan, dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Generasi Z dalam Mengadopsi Teknologi Pembayaran Digital (Studi Kasus: Cilacap). *Jurnal Sains dan Teknologi*, 2023.

		Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian	konsumen pada Mahasiswa program studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian terbukti dengan banyaknya jumlah konsumen yang pernah berbelanja di media sosial yaitu yang lebih dari satu kali sebanyak 54 orang atau 63,5% dan yang pernah belanja hanya satu kali yaitu sebanyak 31 orang atau 36,5%.	bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, Penelitian ini membahas bagaimana “Pengaruh Media Social dan Efisiensi pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS”. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4.	Mukhtisar (2021)	Pengaruh Efisiensi Pembayaran, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya efisiensi, keamanan, serta kemudahan yang diberikan oleh pihak bank, maka akan meningkatkan pula tingkat minat nasabah bertransaksi	Persamaan pada penelitian ini sama-sama melihat bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, Penelitian ini membahas

³¹Roziq, Muhammad Annang Fahmi, Syahri Romadhon Dan Rayhan Gunaning, Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian." Sammajiva: *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2024, Hlm. 137-147.

		Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)	menggunakan <i>mobile banking</i> . Dengan adanya minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> , maka nasabah akan semakin sering menggunakan produk-produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak bank mandiri syariah.	bagaimana “Pengaruh Media Social dan Efisiensi pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS”. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas Pengaruh Efisiensi pembayaran, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh”).
5.	Fikri Akbar (2022) ³²	Pengaruh Efisiensi Pembayaran, Kemudahan, dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>Fintech</i>	Berdasarkan penelitian yang sudah diteliti dapat dinyatakan bahwa pengaruh efisiensi terhadap minat menggunakan aplikasi <i>fintech</i> signifikan dan dapat meningkatkan minat pengguna atau konsumen dalam menggunakan aplikasi <i>fintech</i>	Persamaan pada penelitian ini sama-sama melihat bagaimana pengaruh efisiensi pembayaran terhadap minat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada (X ₁) Media social, (X ₂) Efisiensi pembayaran, penelitian sebelumnya (X ₁) Efisiensi pembayaran, (X ₂) Kemudahan, (X ₃)

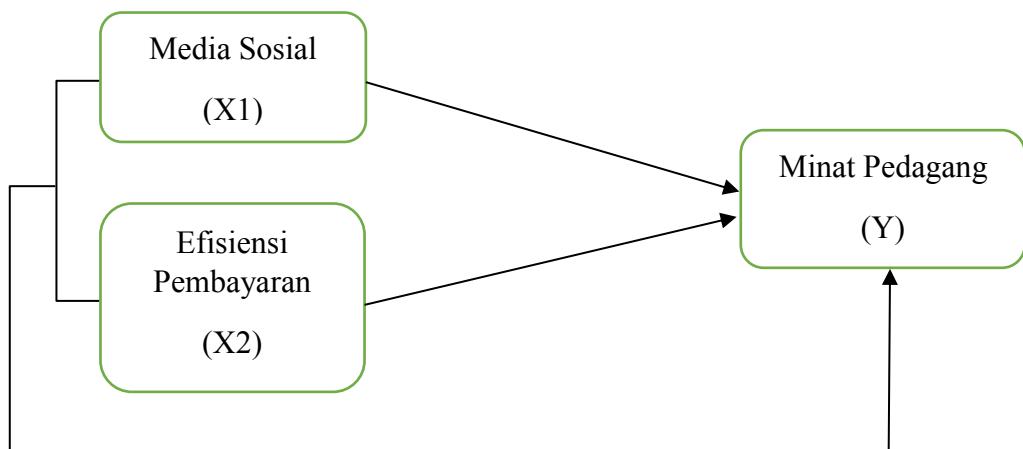
³²Akbar, Sakum, dan Hidayat, “Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech.” *Jurnal Ekonomi*, 2022, Hlm. 196-204,.

			tersebut. Dapat diartikan bahwa semakin ditingkatkan efisiensi dalam aplikasi <i>fintech</i> tersebut maka semakin meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan aplikasi <i>fintech</i>	keamanan informasi.
--	--	--	--	---------------------

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari peneliti yang berasal dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Didalam kerangka pemikiran variable-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Maka peneliti membuat bagan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 1.II Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Ditinjau dalam hubungannya dengan variabel penelitian, hipotesis merupakan pernyataan tentang keterkaitan antara variabel-variabel (hubungan atau perbedaan antara dua variabel atau lebih). Berdasarkan kerangka pikir yang dikemukakan maka hipotesis penelitian ini adalah:

- Ha₁: Media sosial berpengaruh terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS.
- Ha₂: Efisiensi Pembayaran berpengaruh terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS.
- Ha₃: Media sosial dan Efisiensi Pembayaran secara simultan berpengaruh terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi digital QRIS.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek diadakannya suatu penelitian. Lokasi penelitian ini di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, Adapun waktu penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2024 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memusatkan perhatian pada variabel-variabel dan hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya yang digunakan dalam penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu. Tujuannya yaitu untuk memberikan verifikasi dengan mengetes teori-teori melalui perantara hipotesis dengan menggunakan teknik statistik.

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk menemukan keterangan mengenai pengaruh media sosial dan efisiensi pembayaran terhadap minat pedagang menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS dengan studi kasus pada pedagang pasar Sangkumpal Bonang kota Padangsidimpuan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian. Populasi dapat diartikan sebagai suatu subjek/objek yang terdiri dari sebuah wilayah generalisasi yang mampu mempunyai kualitas dan karakteristik yang sesuai dengan penelitian serta telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Sangkumpal Bonang yang berjumlah 834 pedagang.³⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.³⁵

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus perhitungan Taro Yamane, Karena jumlah populasi telah diketahui . Berikut rumus perhitungan Taro Yamane yaitu:

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

³³Suryani dan Hendryadi, “*Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015). hlm. 78.

³⁴Sekretariat Dinas Perdagangan, wawancara, (Dinas Perdagangan Padangsidempua, 24 Januari 2025. Pukul 10.30 WIB).

³⁵D. C. Fabry, E. Sugiono, dan M. Rueping, “Online Monitoring And Analysis For Autonomous Continuous Flow Self-Optimizing Reactor Systems,” *Reaction Chemistry and Engineering* 1, no. 2 ,2016, hlm. 129–33.

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

d = Presisi yang ditetapkan.

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

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

$$n = \frac{834}{834 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{834}{834 (0,01) + 1}$$

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

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

$$n = 89$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 89, maka peneliti membulatkan menjadi 90 responden. Pada penelitian ini mengambil data dari sample sebanyak 90 orang.

Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik dalam pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini yang didasari oleh kriteria atau pertimbangan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu:

- a. Pedagang yang telah menjalankan usaha nya selama satu tahun
- b. Usaha pribadi dan bukan milik orang lain
- c. Lokasi usaha di pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan penelitian.³⁶

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.³⁷ Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden sebagai prosesnya yang kemudian dijawab oleh responden data dilakukan dengan pengukuran melalui instrumen yang dikembangkan oleh peneliti sebelum pengumpulan data dilakukan maka hal yang terpenting dilakukan terdahulu yaitu observasi (pengamatan langsung ke lapangan) supaya tidak terkendala saat pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian yang dapat menghasilkan jawaban dari kuesioner dan menghasilkan skor seperti yang terlihat didalam tabel berikut:

Tabel 1.III Skala Likert

No	Pertanyaan	Simbol	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	4
2.	Setuju	S	3

³⁶Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

³⁷Arikunto, S. (2020). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

3.	Tidak Setuju	TS	2
4.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

E. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab perumusan masalah dalam penelitian, dengan demikian teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis dengan bantuan SPSS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut berisi butir-butir pernyataan yang akan diberi jawaban oleh responden. Uji instrumen dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel.³⁸

³⁸Priyatno, D. (2020). SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Mediakom.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur penelitian, yang umumnya berupa kuesioner. Tujuannya yaitu untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat menghasilkan pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan kembali. Alat ukur dapat dikatakan *reliabel* apabila nilai *Cronbach's Alpha* hasil pengujian memiliki nilai lebih besar dari nilai r tabel, namun jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka instrumen penelitian dinyatakan memiliki reliabilitas yang rendah.³⁹

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diukur melalui analisis grafik menggunakan Histogram dan Normal *P-Plot* sedangkan secara analisis statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Pada analisis grafik *Histo-gram* dan *P-Plot* data dikatakan normal apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Pada analisis statistik menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* data berdistribusi normal jika nilai sig atau probabilitas $> 0,05$.⁴⁰

³⁹Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

⁴⁰Santoso, S. (2020). Menguasai Statistik di Era Revolusi Industri 4.0 dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) bersifat linear (garis lurus) atau tidak. Artinya, uji ini digunakan untuk melihat kesesuaian model regresi linier yang akan digunakan dalam analisis.⁴¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independent. Multikolinearitas dapat dilihat dengan menganalisis nilai VIF. Suatu model regresi menunjukkan tidak adanya multikolinearitas jika:

- 1) Nilai tolerance $> 0,10$ atau
- 2) Nilai VIF < 10

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi (hubungan) antara residual (kesalahan prediksi) pada satu waktu dengan residual di waktu sebelumnya dalam model regresi. Autokorelasi sering terjadi pada data berurutan/berwaktu (*time series*), namun bisa juga muncul dalam data cross-section tertentu.⁴²

⁴¹Hasan, I. (2020). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: Ghalia Indonesia.

⁴²Ghozali, I. (2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.⁴³

4. Analisis Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun model persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y: Variabel Terikat

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X : Variabel Bebas

e : Error

Berdasarkan persamaan diatas maka persamaan regresi linear berganda akan peneliti sesuaikan dengan variabel penelitian, maka secara matematika rumusnya sebagai berikut:

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

⁴³Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2019). Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta: Salemba Empat.

Keterangan:

Y: Minat Pedagang

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Media Sosial

X_2 : Efisiensi Pembayaran

e: *Error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{table} . Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{table}$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{table}$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksud dalam penelitian secara simultan atau keseluruhan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Ketentuan penolakan dan penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen.⁴⁴

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin besar variasi variabel independent mempengaruhi variabel dependen.

⁴⁴Setyanto, A. Eko. "Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif.", 2021.,

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Sangkumpal Bonang

Pasar Sangkumpal Bonang awalnya bernama pasar baru yang telah berdiri sejak ratusan tahun lalu sekitaran tahun 1800-an sebagai pusat perdagangan pada masa lalu. Itu tidak lepas dari sejarah kota Padangsidimpuan yang dulunya adalah sebuah dusun kecil yang berada diantara pegunungan dan lembah. Wilayah yang penuh dengan ilalang. Sehingga banyak orang menyebut dengan "Padang na dimpu" yang berarti daratan di ketinggian yang ditumbuhi ilalang dan berlokasi di Kampung Bukit Kelurahan Wek II, dipinggiran Sungai Sangkumpal Bonang. Namun demikian, Padang na dimpu menjadi tempat peristirahatan para pedagang karena lokasinya yang cukup sejuk dan memanjakan mata.

Pasar raya Sangkumpal Bonang mulai dibangun pada tahun 2003 pasca terjadinya kebakaran besar di pasar baru. Tepat setelah Padangsidimpuan ditetapkan sebagai Kota berdasarkan UU No.4 tahun 2001 tentang pembentukan kota Padangsidimpuan. Pada Tgl 17 Oktober 2001 oleh Mendagri atas nama Presiden RI diresmikan Padangsidimpuan menjadi Kota.

Kebakaran pasar itu memunculkan banyak polemik, mulai dari isu sengaja dibakar oleh preman setempat, pedagang sampai orang luar. Hal itu didasari oleh keinginan masyarakat agar diberi perhatian oleh pemerintah

kota yang baru dilantik. Dan tujuan itu berhasil. 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.⁴⁵

Dalihan Na Tolu: Mora, Kahanggi, Anak Boru. Slogan kebanggaan masyarakat Angkola-Mandailing itu terpampang besar di pusat Kota Padangsidimpuan. Slogan yang berada di atas tugu setinggi lima meter dan dikelilingi pancuran air menambah keindahan kota itu. Walaupun baru berumur genap sepuluh tahun sebagai sebuah kota, namun Padangsidimpuan pernah tercatat sebagai kota kecil dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di Indonesia. Tak lupa pula Piala Adipura pernah diberikan kepada kota ini dalam beberapa periode. Disamping masyarakatnya yang masih kental menggunakan bahasa daerah, kota ini juga masih menjunjung tinggi nilai-nilai agama. Khususnya bagi yang beragama Islam, tabu rasanya bila kaum wanita tak memakai penutup kepala (kerudung).⁴⁶

⁴⁵Damanik, J. (2023). Evaluasi Purna Huni Bangunan Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Arsitektur dan Lingkungan*, 11(2), 98–110.

⁴⁶Siregar, R. A. (2020). Revitalisasi pasar tradisional sebagai ruang interaksi sosial di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Sosial dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 45–55.

Padangsidimpuan kerap kali menjadi tujuan utama para wisatawan yang ingin sekedar cuci mata atau belanja pakaian dan sejenisnya. Tak heran jika Pasar Sangkumpal Bonang selalu ramai didatangi pengunjung dari berbagai daerah. Mulai dari Panyabungan, Sipirok, Padang Lawas, Sosa, Batang Toru, Sibolga bahkan tak jarang pengunjung datang dari daerah Tapanuli bagian Utara.

Sangkumpal Bonang adalah pasar kebanggaan kota ini. Berdiri tepat di pusat kota, dengan bangunan tiga lantai dan luas sekitar satu hektar, pasar ini menjadi tujuan utama para pengunjung yang ingin berbelanja. Dengan kualitas yang tak diragukan lagi dan harga yang bisa dijangkau dari seluruh kalangan, menjadikan Kota Padangsidimpuan sebagai Pusat Perdagangan di Wilayah Pantai Barat Sumatera Utara (Sumut).

Sangkumpal bonang berasal dari bahasa daerah setempat yang artinya adalah segumpal benang. Maknanya adalah benang yang tipis tetapi jika disatukan akan menjadi kuat. Begitu juga dengan manusia. Jika bersatu akan menjadi sesuatu yang tak terkalahkan. Begitulah sekilas tentang filosofi kata sangkumpal bonang. Pasar Sangkumpal bonang tepat berada di belakang Plaza Anugerah Trade Center. Sebuah pusat perbelanjaan yang baru beberapa tahun diresmikan dan menjadi satu-satunya plaza yang ada di kota itu, di seberang plaza, berdiri kokoh Kantor Walikota Padangsidimpuan. Otomatis, suasana daerah itu setiap harinya begitu ramai. Kantor Walikota, Plaza, dan beberapa kantor Bank mengelilingi dengan rapi pasar itu. Tapi, tak pernah ada kemacetan yang berarti di wilayah itu.

Mungkin karena jalur kendaraan yang ada begitu banyak sehingga banyak jalan alternatif bagi para pengguna jalan.

Sekitar tiga ratus meter dari pasar ada sebuah bangunan berbentuk lapangan yang sengaja dibangun ditengah jalan sehingga memisahkan jalan menjadi dua bagian. *Alaman Bolak*, itulah namanya. Maknanya adalah halaman yang luas sedangkan fungsinya adalah tempat upacara-upacara kedinasan ataupun kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan Pemerintahan Kota Padangsidimpuan. Mungkin sama halnya dengan alun-alun kalau di daerah Jawa. Tak hanya pakaian yang dijual di pasar ini. Menuruni lantai I pengunjung akan menjumpai deretan pedagang ikan dan kebutuhan pokok lainnya. Memasuki pintu lantai III, pengunjung bisa membeli berbagai pernak-pernik.⁴⁷

Penduduk Kota Salak juga memiliki beberapa alasan mengapa begitu tertarik berbelanja di Pasar Sangkumpal Bonang. Alasannya adalah selain para penjualnya yang terkenal bersahabat dan ramah, pasar itu juga menghasilkan kualitas pakaian dari luar daerah yang memang benar-benar berkualitas. Walaupun demikian, harganya cukup terjangkau dan tidak memberatkan keuangan. Adanya pasar tradisional yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari juga menjadi alasan mengapa pasar ini banyak diminati masyarakat. Jadi, tak perlu belanja di dua tempat untuk hal yang berbeda.

⁴⁷Blog Sidimpuan Artikel. (2021). Asal Usul Nama Sangkumpal Bonang. Diakses dari: <https://sidimpuanartikel.blogspot.com/>

2. Jenis-Jenis Pedagang

a. Pedagang Kios/Warung di Dalam Pasar

Terdapat sekitar 500 kios dalam pasar, menjual beragam kebutuhan pokok seperti beras, gula, minyak, ikan, ayam, cabe, daging, sayur, buah, peralatan rumah tangga, pakaian, dan sepatu. Pedagang ini biasanya memiliki tempat tetap dan menjual barang secara grosir atau eceran melalui kios-warung di dalam pasar.

b. Pedagang Kaki Lima (PKL)

Sekitar 200 pedagang kaki lima berjualan di area sekitar pasar menjual berbagai barang seperti sembako, sayur, buah, elektronik, aksesoris, pakaian, dan lain-lain. Contoh yang paling nyata adalah pedagang sayur diperkirakan 36 pedagang sayur-mayur, kebanyakan berasal dari desa-desa sekitar.

c. Pedagang Mikro & Umum (UMKM Kecil)

Pedagang mikro yang menjual barang dagangan berukuran kecil, seperti sayur, buah, dan kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Sebagai contoh, pedagang sayur kaki lima memperoleh pendapatan sekitar Rp 2–3 juta/bulan.

d. Pedagang Kelontong & Sembako

Kios dan PKL yang menyediakan sembako penting: beras, minyak, gula, dan lain-lain.

e. Pedagang Non- Pokok: Elektronik, Pakaian, Aksesoris

Pedagang yang menjajakan barang non- pokok seperti pakaian, sepatu, elektronik, dan aksesoris di dalam kios maupun PKL di sekitar pasar.⁴⁸

3. Visi dan Misi Kota Padangsidimpuan

a. Visi

“Padangsidimpuan Yang Berkarakter, Bersih, Aman dan Sejahtera”. Pokok-pokok Visi:

- 1) Kota berkarakter adalah kota yang memiliki ciri-ciri khas dengan keagamaan, suku, budaya, agama, adat-istiadat, kesenian, dan lainnya yang dijadikan sebagai aset kota untuk membangun kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.
- 2) Kota bersih mengimplementasikan kota dengan wilayah yang bersih, sehat, dan penuh humoris.
- 3) Kota aman dimaksudkan adalah bahwa kota yang wilayahnya mendapatkan perlindungan dari rasa khawatir dan takut.
- 4) Kota sejahtera dimaksudkan adalah sebagai kota yang masyarakatnya maju dalam berkeadaban dengan mengedepankan keadilan ekonomi dan keadilan sosial.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang religius cerdas dan berbudaya dengan pemanfaatan iman dan takwa (imtaq) dan ilmu

⁴⁸ Amelia dkk., Faktor Faktor Penyebab Konsumen Tetap Belanja di Pasar Tradisional Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, Jurnal Sains dan Teknologi ISTP, Juli 2024: menjelaskan jumlah kios (~500), PKL (~200), dan pedagang sayur (~36)

pengetahuan dan teknologi (IPTEK), melalui pengelolaan pendidikan yang berkualitas.

- 2) Membuka lapangan kerja dengan iklim investasi yang kondusif dan meningkatkan potensi ekonomi kerakyatan yang berdaya saing dengan titik berat pada perdagangan, pertanian, pengelolaan dan pembinaan usaha kecil menengah dan industri rumah tangga.
- 3) Menyediakan meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana infrastruktur untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan kota.
- 4) Meningkatkan pelayanan publik dengan dengan tata kelola pemerintah yang bersih dan baik (*clean and good governance*) sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku.
- 5) Menyediakan dan meningkatkan sara dan prasarana publik sebagai tempat bermain dan bersosialisasi untuk lapisan masyarakat, termasuk anak-anak dan kelompok difabel.

4. Pemerintahan Kota Padangsidimpuan

Sejak pemerintahan Hindia Belanda hingga kota ini berubah menjadi Kota Administratif berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1982, kota ini terbagi atas enam (6) wek yakni, Wek I (Kampung Marancar), Wek II (Pasar Julu), Wek III (Kampung Teleng), Wek IV (Kampung Jawa dan Kantin), Wek V (Pasar Siborang dan Sitamiang), dan Wek VI (Kampung Darek). Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1982, Kota Administratif Padangsidimpuan mencakup 20 Kelurahan yang

merupakan bagian dari Kecamatan Padangsidimpuan Barat (kini menjadi Angkola Barat, Tapanuli Selatan) dan Padangsidimpuan Timur (kini menjadi Angkola Timur, Tapanuli Selatan), dipisah menjadi 2 Kecamatan dan 20 Kelurahan.

Kemudian sejak tanggal 21 Juni 2001, berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2001, Kota Padangsidimpuan ditetapkan sebagai Daerah Otonom dan merupakan hasil penggabungan dari Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Kecamatan Padangsidimpuan Selatan, Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, Kecamatan Padangsidimpuan Hutaimbaru, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara yang sebelumnya masuk wilayah Kabupaten Tapanuli Selatan pada tanggal 17 Oktober 2001. Menteri Dalam Negeri Hari Sabarno meresmikan Pemerintahan Kota Padangsidimpuan di Jakarta. Gubernur Provinsi Sumatera Utara kemudian melantik Drs. Zulkarnain Nasution sebagai pejabat Walikota Padangsidimpuan pada tanggal 9 November 2001 di Padangsidimpuan.⁴⁹

Daftar Walikota yang pernah menjabat di Kota Padangsidimpuan, sejak didirikan Padang Tanggal 17 Oktober 2001, Kota Padangsidimpuan Telah dipimpin Oleh Tiga Walikota, yang Pertama Dipimpin Oleh Drs. Zulkarnain Nasution, Andar Amin Harahap, dan Irsan Efendi Nasution. Kemudian dipimpin oleh dua Pejabat Walikota, Sarmadan Hasibuan, dan Letnan Dalimunthe yang saat ini pelaksana tugas yang dilantik oleh pejabat Gubernur Sumatera Utara, Hassanudin. hingga saat ini, kantor Walikota

⁴⁹www.otda.kemendagri.go.id Pembentukan Indonesia Daerah-Daerah Otonom, Diakses Pada Tanggal 18 April 2025.

Padangsidimpuan terletak di Jalan Jenderal Sudirman (eks. Merdeka) No.2 Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara.⁵⁰

Daftar kecamatan dan kelurahan di Kota Padangsidimpuan, kota Padangsidimpuan atau Kota Padang Sidempuan terdiri dari 6 kecamatan, 37 kelurahan, dan 42 desa dengan luas wilayah mencapai 114,66 km2 dan jumlah penduduk sekitar 228 429 jiwa (2017) dengan kepadatan penduduk 1.992 jiwa/km2.

Mayoritas penduduk kota Padangsidimpuan beragama Islam, dan sebagian lagi beragama Kristen, Katolik dan Buddha. Berdasarkan Sensus 2010, penduduk yang beragama Islam berjumlah 89.95%, Kristen: 8.94%, Katolik. 0.46%, Buddha 0.35%, dan lainnya: 0.29% dan Jumlah Tempat Ibadah yang ada di Padangsidimpuan Pada Tahun 2022 Terdapat 204 Masjid 114 langgar/mushola, 60 gereja protestan, 1 gereja katolik, serta 1 wihara.⁵¹

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil Responden

Bagian ini menyajikan informasi mengenai profil responden berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner yang dibagikan berjumlah 90 responden.

⁵⁰<https://weh.packangsadimpuan.go.id> Py-Gubsu-lantik-Pj-Wali-Kota-Podangsadimpuan Letnam-Dalimunthe Diakses Pada Tanggal 14 Mei 2024.

⁵¹www.podangsadimpuankota.bps.go.id Badan Pusat Statistik Kota Padangsidimpuan, Diakses pada tanggal 14 Mei 2024.

Tabel 1.IV
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	59
2.	Laki-Laki	31

Sumber: Hasil dari Penelitian Kuesioner

Berdasarkan Tabel IV.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 90 responden yang ada, jenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 59 dan Laki-laki yaitu sebanyak 31. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin Perempuan.

Tabel 2.IV
Profil Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah
1.	25-35	30
2.	36-45	47
3.	46-55	13

Sumber: Hasil dari Penelitian Kuesioner

Berdasarkan Tabel IV.2 dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang ada, usia 25-35 tahun yaitu sebanyak 30 responden, kemudian usia 36-45 tahun sebanyak 47 responden, usia 46-55 sebanyak 13 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, Pedagang pasar sangkumopalbonang Kota Padangsidimpuan di dominasi oleh responden yang berusia 36-45 tahun.

2. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden dengan 2 variabel dependen (Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran) dan 1 variabel independen (Minat pedagang). Dimana peneliti menyebarkan angket kepada 90 responden yang dijadikan sampel dengan memberi penilaian dari skor-skor yang telah peneliti tentukan, sebagai berikut:

Tabel 3.IV
Tanggapan Responden

Indikator	Kualitas Data										Deskripsi Data		
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean	S.T	Ket.
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1.1	0	0	0	0	3	3.33	25	27.78	62	68.89	4.66	0.54	Sangat Tinggi
X1.2	0	0	8	8.89	13	14.44	40	44.44	29	32.22	4.00	0.91	Tinggi
X1.3	0	0	0	0	2	2.22	33	36.67	55	61.11	4.59	0.54	Sangat Tinggi
X1.4	0	0	0	0	3	3.33	29	32.22	58	64.44	4.61	0.55	Sangat Tinggi
X1.5	0	0	10	11.11	4	4.44	39	43.33	37	41.11	4.14	0.94	Sangat Tinggi
X1.6	0	0	9	10.00	6	6.67	50	55.56	25	27.78	4.01	0.86	Sangat Tinggi
X1.7	0	0	6	6.67	3	3.33	47	52.22	34	37.78	4.21	0.80	Sangat Tinggi
X1.8	0	0	1	1.11	3	3.33	54	60.00	32	35.56	4.30	0.59	Sangat Tinggi
X1.9	0	0	9	10.00	27	30.00	37	41.11	17	18.89	3.69	0.89	Tinggi
X2.1	0	0	0	0	10	11.11	37	41.11	43	47.78	4.37	0.67	Sangat Tinggi
X2.2	0	0	0	0	3	3.33	48	53.33	39	43.33	4.40	0.55	Sangat Tinggi
X2.3	0	0	0	0	0	0	45	50.00	39	43.33	4.17	0.62	Sangat Tinggi
X2.4	0	0	0	0	9	10.00	57	63.33	24	26.67	4.17	0.58	Sangat Tinggi
X2.5	0	0	3	3.33	10	11.11	50	55.56	27	30.00	4.12	0.73	Sangat Tinggi
X2.6	0	0	0	0	13	14.44	10	11.11	67	74.44	4.60	0.73	Sangat Tinggi
X2.7	0	0	0	0	15	16.67	33	36.67	42	46.67	4.30	0.74	Sangat Tinggi
X2.8	0	0	0	0	10	11.11	45	50.00	35	38.89	4.28	0.65	Sangat Tinggi
Y1	0	0	0	0	8	8.89	45	50.00	37	41.11	4.32	0.63	Sangat Tinggi
Y2	0	0	0	0	5	5.56	12	13.33	73	81.11	4.76	0.54	Sangat Tinggi
Y3	0	0	0	0	24	26.67	36	40.00	30	33.33	4.07	0.77	Sangat Tinggi
Y4	0	0	0	0	4	4.44	58	64.44	28	31.11	4.27	0.53	Sangat Tinggi
Y5	0	0	0	0	10	11.11	36	40.00	44	48.89	4.38	0.68	Sangat Tinggi
Y6	0	0	0	0	6	6.67	41	45.56	43	47.78	4.41	0.61	Sangat Tinggi
Y7	0	0	0	0	18	20.00	35	38.89	37	41.11	4.21	0.75	Sangat Tinggi
Y8	0	0	0	0	14	15.56	41	45.56	35	38.89	4.23	0.70	Sangat Tinggi

Sumber: Diolah Ms. Excel (2025)

Keterangan:

Mean 1.00–2.00: Sangat Rendah

Mean 2.01–3.00: Rendah

Mean 3.01–4.00: Tinggi

Mean 4.01–5.00: Sangat Tinggi

Hasil analisis distribusi kuesioner mengenai variabel Media sosial, efisiensi pembayaran dan minat pedagang menunjukkan bahwa rata-rata nilai Mean dari seluruh indikator berada pada kategori Tinggi hingga Sangat Tinggi, dengan nilai berkisar 3,69 hingga 4,76. Aspek media sosial (X_1), indikator $X_{1.1}$ sampai $X_{1.9}$ yang memiliki rata-rata nilai mean berada pada kategori Tinggi hingga Sangat Tinggi. Menunjukkan bahwa pedagang memiliki persepsi positif terhadap peran media sosial dalam mendukung penggunaan QRIS. Indikator $X_{1.9}$ memiliki mean terendah (3,69), menunjukkan ada area yang mungkin perlu diperkuat, misalnya konten atau kualitas informasi yang dibagikan lewat media sosial.

Aspek Efisiensi Pembayaran (X_2), indikator $X_{2.1}$ sampai $X_{2.8}$ yang memiliki mean rata-rata di atas 4.00 (sangat tinggi). Artinya efisiensi pembayaran menjadi hal utama dalam meningkatkan minat pedagang menggunakan pembayaran digital QRIS. Karena menghemat waktu, menghemat biaya juga menghemat tenaga.

Aspek Minat Pedagang (Y) yang menunjukkan mean sangat tinggi, mencerminkan minat pedagang yang sangat kuat dalam menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa Media sosial dan Efisiensi pembayaran

berperan penting dalam meningkatkan minat pedagang. Media sosial dan Efisiensi pembayaran terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat pedagang.

C. Pengujian dan Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

1) Hasil Uji Minat Pedagang

Dari hasil uji validitas yang terakhir dilakukan oleh variabel Minat Pedagang (Y) didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.IV
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Pernyataan 1	0,535	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 2	0,280	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 3	0,421	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,593	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,471	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,222	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 7	0,407	0,207	0,000	Valid
Pernyataan 8	0,760	0,207	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji validitas pada tabel IV.4 dapat dilihat bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai sig < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Minat pedagang (Y) dianggap valid.

2) Hasil Uji Media Sosial

Dari uji validitas yang dilakukan pada variabel Media Sosial (X_1) didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.IV
Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X₁)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Pernyataan 1	0.234	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 2	0.728	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 3	0.660	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 4	0.658	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 5	0.376	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 6	0.740	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 7	0.581	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 8	0.475	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 9	0.805	0.207	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji validitas pada tabel IV.5 dapat dilihat bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai sig < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Media Sosial (X₁) dianggap valid.

3) Hasil Uji Efisiensi Pembayaran

Dari uji validitas yang dilakukan pada variabel Efisiensi Pembayaran (X₂) didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 6.IV
Hasil Uji Validitas Efisiensi Pembayaran (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Nilai Sig	Keputusan
Pernyataan 1	0.299	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 2	0.325	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 3	0.443	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 4	0.724	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 5	0.633	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 6	0.613	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 7	0.348	0.207	0,000	Valid
Pernyataan 8	0.561	0.207	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji validitas pada tabel 6.IV dapat dilihat bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai sig <

0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Efisiensi Pembayaran (X_2) dianggap valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Minat Pedagang (Y)

Tabel 7.IV
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Pedagang (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,849	8

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.9, diperoleh hasil *cronbach's alpha* dengan nilai koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,849 untuk variabel Minat Pedagang. Dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Maka, dapat dikatakan bahwa item pernyataan yang digunakan pada variabel Minat Pedagang (Y) dianggap reliabel.

2) Hasil Uji Media Sosial

Tabel 8.IV
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X_1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,896	9

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 8.IV, diperoleh hasil *cronbach's alpha* dengan nilai koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,896 untuk variabel Media Sosial. Dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Maka, dapat dikatakan bahwa

item pernyataan yang digunakan pada variabel Media Sosial (X_1) dianggap reliabel.

3) Hasil Uji Efisiensi Pembayaran

Tabel 9.IV
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Efisiensi Pembayaran (X_2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
0,847	8

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 9.IV, diperoleh hasil *cronbach's alpha* dengan nilai koefisien reliabilitas *alpha* sebesar 0,847 untuk variabel Efisiensi Pembayaran. Dikatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Maka, dapat dikatakan bahwa item pernyataan yang digunakan pada variabel Efisiensi Pembayaran (X_2) dianggap reliabel.

4. Hasil Uji Asumsi Dasar

a. Hasil Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas data dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 26 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	34.6444444
	Std. Deviation	1.50072039
Most Extreme Differences	Absolute	.223
	Positive	.115
	Negative	-.223
Test Statistic		.223
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji normalitas pada tabel 10.IV menunjukkan bahwa nilai sig > 0,05 yaitu 0,113. Hal ini berdasarkan hasil uji normalitas yang menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Linearitas

1) Hasil Uji Media Sosial

Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 26.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 11.IV
ANOVA LINIERTY
Hasil Uji Media Sosial dan Minat Pedagang

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *	Between Groups	151.662	11	13.787	4.697	.000
	Linearity	17.738	1	17.738	6.043	.016
	Deviation from Linearity	133.924	10	13.392	4.562	.000
	Within Groups	228.960	78	2.935		
Total		380.622	89			

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel Media Sosial (X_1) dan Minat Pedagang dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS (Y), diperoleh nilai signifikansi pada baris *Linearity* sebesar 0,016, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan *linear* yang signifikan antara kedua variabel. Namun, nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* juga sebesar 0,000, yang berarti terdapat penyimpangan terhadap linearitas. Dengan kata lain, hubungan antara Media Sosial dan Minat Pedagang tidak sepenuhnya linear, melainkan mengandung elemen non-linear.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Media Sosial berperan penting dalam meningkatkan Minat Pedagang untuk menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS, meskipun terdapat variasi bentuk hubungan di luar pola linear.

2) Efisiensi Pembayaran

Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 26.0

didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 12.IV
ANOVA LINIERTY
Hasil Uji Efisiensi Pembayaran dan Minat Pedagang

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *	Between (Combined) Groups	260.293	7	37.185	25.340	.000
	Linearity	173.553	1	173.553	118.270	.000
	Deviation from Linearity	86.739	6	14.457	9.852	.000
	Within Groups	120.330	82	1.467		
	Total	380.622	89			

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel Efisiensi Pembayaran (X_2) dan Minat Pedagang dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS (Y), diperoleh nilai signifikansi pada baris *Linearity* sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel. Namun, nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* juga sebesar 0,000, yang berarti terdapat penyimpangan terhadap linearitas. Dengan kata lain, hubungan antara Efisiensi Pembayaran dan Minat Pedagang tidak sepenuhnya linear, melainkan mengandung elemen non-linear. Nilai *Eta Squared* sebesar 0,684 juga mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, Efisiensi Pembayaran memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Minat Pedagang, baik dalam bentuk linear maupun non-linear.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Efisiensi Pembayaran berperan penting dalam meningkatkan minat pedagang untuk menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS, meskipun terdapat variasi bentuk hubungan di luar pola linear.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Teknik yang disebut uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan korelasi antara variabel independen. Variabel Media Sosial (X_1) dan Efisiensi Pembayaran (X_2) merupakan faktor independen dalam penelitian ini. Penelitian model regresi dianggap baik apabila tidak terdapat gejala multikolinearitas di dalamnya. Dalam penelitian ini uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai toleransinya $> 0,10$ dan nilai VIF nya < 10 . Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 26.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 13.IV
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 TOTAL_X1	0,995	0,005
	0,995	0,005

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji multikolineritas pada tabel 13.IV diketahui bahwa masing-masing nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai VIF nya < 10 dimana untuk variabel Kepemilikan Media Sosial (X_1) nilai toleransi yaitu sebesar 0,995 dan nilai VIF 0,005 Untuk variabel Efisiensi pembayaran (X_2) nilai toleransi yaitu sebesar 0,995 dan nilai VIF 0,005. Sehingga dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

b. Hasil Uji Autokorelasi

Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 26 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 14.IV
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.726 ^a	.527	.516	1.439	.220

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

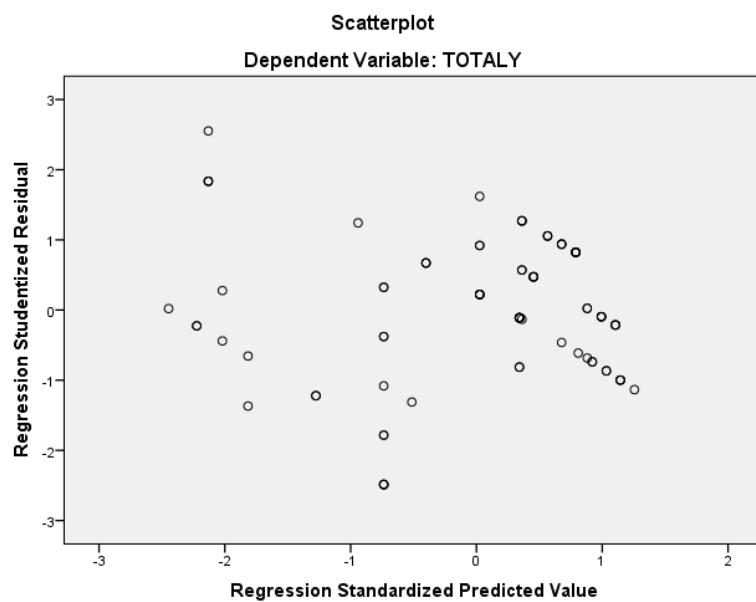
Hasil pengolahan data pada table 14.IV, menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,220. Nilai ini jauh di bawah angka 2, sehingga menunjukkan adanya autokorelasi positif yang sangat kuat dalam model regresi yang digunakan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan efisiensi pembayaran terhadap minat pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah tidak terdapat variasi varian regresi dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah model regresi terhindar dari tanda-tanda heteroskedastisitas atau tidak diuji dengan menggunakan uji *Glejser*. Suatu penelitian dianggap terhindar dari gejala heteroskedastisitas apabila memiliki nilai *sig* > 0,05. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 26.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 1.IV
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari gambar 1.IV dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu. Menyebar secara merata dengan titik titik diatas dan dibawah nol pada sumbu Y, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 15.IV, maka persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 15.IV
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
Minat Pedagang (Y)	12,901	3,378		3,819	0,000
Media Sosial (X1)	0,168	0,047	0,266	3,603	0,001
Efisiensi Pembayaran (X2)	0,809	0,086	0,695	9,392	0,000

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 12,901 + 0,168 + 0,809$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwasanya nilai konstanta sebesar 12,901 yang menunjukkan bahwa variabel Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran bernilai nol maka variabel Minat Pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS bernilai 12,901.

Koefisien regresi variabel Media Sosial (X_1) sebesar 0,168 yang menunjukkan bahwa jika variabel Media Sosial meningkat sebesar 1% maka variabel Minat Pedagang akan menaik sebesar 0,168%. Selanjutnya nilai koefisien regresi variabel Efisiensi Pembayaran adalah 0,809 yang menunjukkan bahwa jika variabel Efisiensi Pembayaran meningkat 1% maka variabel Minat Pedagang akan meningkat 0,809%.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 16.IV
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
Minat Pedagang (Y)	12,901	3,378		3,819
Media Sosial (X1)	0,168	0,047	0,266	3,603
Efisiensi Pembayaran (X2)	0,809	0,086	0,695	9,392

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 16.IV, hasil uji signifikansi parsial (uji t) Media Variabel Media Sosial (X_1) berpengaruh terhadap Minat Pedagang Pernyataan ini dibuktikan dari perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana t_{hitung} senilai 3,603 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,66235 dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) artinya Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Minat Pedagang.

Variabel Efisiensi Pembayaran (X_2) berpengaruh terhadap Minat Pedagang Pernyataan ini dibuktikan dari perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana t_{hitung} senilai 9,392 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,66235 dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya Efisiensi Pembayaran secara parsial berpengaruh terhadap Minat Pedagang.

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 17.IV
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	200,442	2	100,221	48,392	0,000 ^b
Residual	180,180	87	2,071		
Total	380,622	89			

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Berdasarkan pengujian yang dilakukan pada tabel 17.IV, didapat nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan nilai df (88) didapat nilai F hitung 48,392 > 3,96. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F maka H_3 diterima dengan kata lain Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran secara simultan berpengaruh terhadap Minat Pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen diukur dengan menggunakan koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Media Sosial (X_1) dan Efisiensi Pembayaran (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Pedagang (Y). Berikut hasil pengujian menggunakan SPSS versi 26

Tabel 18.IV
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,726 ^a	0,527	0,516	1,439

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

Dari hasil uji koefisien determinasi pada table 16.IV diketahui nilai *R Square* Variasi variabel Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS dapat dijelaskan oleh variasi Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran sebesar 52,7% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS.

Berdasarkan hasil dari analisis olah data dan hipotesis dalam penelitian dimana diperoleh nilai *Sig* untuk pengaruh Media Sosial (X_1) terhadap Minat Pedagang (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $3,603 < t_{tabel}$ 1,66235. Maka dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel media sosial (X_1) berpengaruh terhadap Minat Pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS.

Penelitian ini sejalan dengan Putra dan Sari, hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial secara signifikan meningkatkan Minat Pedagang dalam menggunakan QRIS karena kemudahan informasi dan edukasi yang disediakan.⁵²

Hasil penelitian ini sejalan juga oleh penelitian Pratiwi & Hidayat yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan

⁵² Putra, A., & Sari, M. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Adopsi Teknologi Pembayaran Digital pada UMKM. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, Vol. 7 No. 2,Hlm. 45-54.

terhadap minat pedagang dalam menggunakan QRIS. Karena sebagian besar pedagang mengetahui dan mulai tertarik menggunakan QRIS setelah melihat informasi, promosi, atau edukasi melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook.⁵³

Hasil penelitian yang selaras juga diperkuat oleh penelitian Dewi dan Haryanto. Dalam studi ini ditemukan bahwa interaksi di media sosial tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga memperkuat kepercayaan pedagang terhadap keamanan penggunaan QRIS. Faktor ini berkontribusi pada peningkatan minat menggunakan teknologi pembayaran digital.⁵⁴ Artinya, semakin aktif dan efektif penggunaan media sosial oleh pedagang (misalnya melalui promosi, edukasi digital, atau interaksi dengan pelanggan), maka semakin tinggi pula minat mereka untuk mengadopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS, *e-wallet*, atau transfer bank.

2. Pengaruh Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS.

Berdasarkan hasil dari analisis olah data dan hipotesis dalam penelitian dimana diperoleh nilai *Sig* untuk pengaruh Efisiensi Pembayaran (X2) terhadap Minat Pedagang (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 9,392 > t_{tabel} 1,66235$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengaruh Efisiensi Pembayaran (X2) berpengaruh terhadap Minat Pedagang

⁵³ Pratiwi, N. R., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh media sosial, literasi digital, dan persepsi kemudahan terhadap minat UMKM menggunakan QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 4 No. 2, Hlm. 115–125.

⁵⁴ Dewi, R., & Haryanto, D. (2019). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kepercayaan Pedagang terhadap Pembayaran Digital QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 3, Hlm. 77-88.

(Y). Efisiensi dalam konteks ini mencakup kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, penghematan waktu, dan pengurangan biaya operasional.

Penelitian ini sejalan dengan Rahman dan Hidayat, menunjukkan bahwa Efisiensi Pembayaran melalui QRIS meningkatkan kepuasan pedagang karena mempercepat transaksi dan mengurangi antrian.⁵⁵ Penelitian ini juga sejalan dengan Santoso. Santoso meneliti Efisiensi Pembayaran sebagai faktor utama yang mendorong pedagang menggunakan sistem pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi melalui QRIS meningkatkan Minat Pedagang secara signifikan.⁵⁶

Hasil penelitian yang selaras juga diperkuat oleh penelitian Santoso dan Dewi. Studi ini menunjukkan bahwa Efisiensi Pembayaran melalui QRIS dapat mengurangi waktu transaksi hingga 30%, yang berdampak positif pada Minat Pedagang untuk menggunakan teknologi ini secara rutin.⁵⁷ Dengan demikian, efisiensi menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh penyedia layanan pembayaran digital untuk meningkatkan adopsi teknologi ini di kalangan pedagang.

⁵⁵ Rahman, F., & Hidayat, R. (2020). Efisiensi Pembayaran Digital dan Kepuasan Pedagang UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, Vol. 5 No. 1, Hlm. 32-40.

⁵⁶ Santoso, H. (2020). Efisiensi Pembayaran dan Pengaruhnya terhadap Minat Penggunaan QRIS di Kalangan Pedagang Kecil. *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 8 No. 1, Hlm. 45-56.

⁵⁷ Santoso, B., & Dewi, P. (2022). Analisis Efisiensi Pembayaran QRIS terhadap Minat Pedagang. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 8 No. 1, Hlm. 56-65.

3. Pengaruh Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS

Berdasarkan hasil dari analisis olah data hipotesis dan koefisien determinan r^2 dalam penelitian dimana diperoleh nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} $24.363 > F_{tabel}$ $3,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Media Sosial (X_1) dan Efisiensi Pembayaran (X_2) secara simultan terhadap Minat Pedagang (Y). Variabel Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran secara bersama-sama juga mendukung peningkatan minat pedagang terhadap teknologi pembayaran digital.

Nilai $R\ Square$ sebesar $0,527$ mengindikasikan bahwa model regresi yang dibangun dalam penelitian ini cukup baik dalam menjelaskan pengaruh Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran terhadap Minat Pedagang dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS. Dengan kata lain, kedua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berkontribusi sebesar $52,7\%$ terhadap variasi yang terjadi pada variabel dependen. Adapun nilai $Adjusted\ R\ Square$ sebesar $0,516$ menunjukkan hasil yang telah disesuaikan terhadap jumlah variabel bebas yang digunakan. Nilai ini menunjukkan penyesuaian terhadap kompleksitas model, untuk memastikan bahwa peningkatan $R\ Square$ bukan semata-mata akibat penambahan variabel bebas yang kurang relevan. Sementara itu, nilai $Standard\ Error\ of\ the\ Estimate$ sebesar $1,439$ menunjukkan besar kesalahan standar dalam

memprediksi nilai variabel dependen. Meskipun nilai ini tidak terlalu besar, namun masih terdapat ruang untuk penyempurnaan model di masa yang akan datang, misalnya dengan menambahkan variabel lain yang dapat lebih menjelaskan minat pedagang dalam menggunakan QRIS.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup layak dan memiliki daya prediksi yang baik terhadap minat penggunaan teknologi pembayaran digital QRIS oleh para pedagang, yang dipengaruhi oleh faktor media sosial dan Efisiensi Pembayaran.

Penelitian ini sejalan dengan Putra & Santoso yang menunjukkan bahwa promosi melalui Media Sosial serta Efisiensi Pembayaran saling berkontribusi dalam meningkatkan Minat Pedagang. Media Sosial berperan sebagai sarana edukasi dan promosi, sementara efisiensi sistem pembayaran menjadi daya tarik praktisnya.⁵⁸ Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Nugraha yang menunjukkan bahwa Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pedagang UMKM menggunakan QRIS. Pengaruh Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran terhadap Minat Penggunaan QRIS oleh UMKM Dalam konteks penelitian ini, kedua variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh simultan terhadap minat pedagang dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran digital.⁵⁹

⁵⁸ Putra, A. H., & Santoso, B. (2023). Pengaruh promosi media sosial dan efisiensi transaksi terhadap minat pedagang menggunakan QRIS. *Jurnal Teknologi dan Bisnis UMKM*, Vol. 6 No. 3, Hlm. 203–214.

⁵⁹ Rahmawati, L., & Nugraha, D. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran terhadap Minat Penggunaan QRIS oleh UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 5 No. 2, Hlm. 45–56.

Hasil penelitian yang selaras juga diperkuat oleh penelitian Wulandari dan Hartono. Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi melalui media sosial serta persepsi efisiensi QRIS memengaruhi keputusan pedagang pasar tradisional dalam mengadopsi QRIS. Pengaruh simultan keduanya signifikan dan saling memperkuat.⁶⁰ Dengan demikian, peningkatan sosialisasi melalui media sosial serta penyediaan sistem pembayaran yang efisien menjadi strategi yang tepat dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan pedagang

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil dan cakupan kajiannya. Pertama, penelitian ini hanya difokuskan pada pedagang di satu lokasi pasar, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara menyeluruh ke seluruh wilayah atau jenis usaha lainnya. Setiap daerah dan jenis usaha mungkin memiliki karakteristik, akses teknologi, serta tingkat pemahaman digital yang berbeda-beda, sehingga pengaruh media sosial dan efisiensi pembayaran terhadap minat menggunakan QRIS dapat bervariasi. Selain itu, data yang diperoleh sangat bergantung pada jawaban kuesioner dari responden, sehingga terdapat kemungkinan adanya bias subjektivitas dalam penyampaian persepsi responden terhadap media sosial, efisiensi pembayaran, maupun penggunaan teknologi QRIS itu sendiri. Hal ini dapat memengaruhi validitas dan akurasi data yang dikumpulkan.

⁶⁰ Wulandari, R., & Hartono, F. (2021). Pengaruh Promosi Digital dan Efisiensi Transaksi terhadap Adopsi QRIS pada Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 10 N0. 1, Hlm. 88–97.

Kedua, penelitian ini tidak secara mendalam mengeksplorasi faktor eksternal lain yang mungkin memengaruhi minat pedagang dalam menggunakan QRIS, seperti tingkat literasi digital, insentif dari pemerintah, atau faktor kepercayaan terhadap keamanan transaksi. Keterbatasan ini menyebabkan pemahaman yang diperoleh masih terbatas pada dua variabel utama, yaitu media sosial dan efisiensi pembayaran.

Ketiga, keterbatasan waktu penelitian juga mengurangi peluang untuk menggali data tambahan melalui observasi langsung atau wawancara mendalam dengan pihak terkait. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan lebih banyak lokasi pasar, memperluas responden dari berbagai latar belakang usaha, serta menggunakan metode campuran (*mixed methods*) untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh Media Sosial terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat pedagang dalam menggunakan QRIS. Media Sosial berperan sebagai sarana informasi dan promosi yang efektif dalam memperkenalkan dan mendorong penggunaan QRIS. Konten-konten edukatif dan testimoni pengguna lain melalui media sosial dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan pedagang terhadap penggunaan teknologi ini

2. Terdapat pengaruh Efisiensi Pembayaran terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS.

Efisiensi Pembayaran yang ditawarkan oleh QRIS, seperti kemudahan transaksi, kecepatan proses pembayaran, dan biaya administrasi yang rendah, turut meningkatkan minat pedagang. Pedagang merasa lebih terbantu dengan sistem pembayaran digital yang praktis, aman, dan mengurangi kebutuhan terhadap uang tunai, sehingga efisiensi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan penggunaan QRIS.

3. Media Sosial dan Efisiensi Pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS.

Secara bersama-sama, media sosial dan efisiensi pembayaran memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan minat pedagang dalam memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Kedua variabel ini saling melengkapi dalam mempengaruhi persepsi dan keputusan pedagang, di mana informasi yang disebarluaskan melalui media sosial memperkuat pemahaman akan manfaat efisiensi sistem pembayaran digital, sehingga mendorong adopsi teknologi QRIS secara lebih luas di kalangan pedagang.

B. Saran

Terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Kepada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan kota Padangsidimpuan. Disarankan untuk meningkatkan sosialisasi mengenai pembayaran digital kepada para pedagang dengan begitu akan banyak yang menggunakan pembayaran digital untuk membantu mempermudah transaksi pembayaran dan mampu mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.
2. Bagi para pedagang, disarankan agar lebih memahami lebih mendalam terkait pembayarn digital QRIS, sehingga merasakan manfaat kemudahan dalm bertransaksi.

3. Bagi masyarakat umum, disarankan agar lebih memahami tentang perkembangan zaman yang semakin canggih terutama dibidang teknologi keuangan. Agar dapat menimbang dan menentukan keputusan dalam menetapkan alat transaksi yang aman, sehingga merasakan manfaatnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya untuk dapat lebih mengupas lebih dalam tentang Pengaruh Media Sosial Dan Efisiensi Pembayaran Terhadap Minat Pedagang Dalam Menggunakan Teknologi Pembayaran Digital QRIS. Sehingga kekurangan- kekurangan yang ada dapat menjadi kajian bagi peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini Qurrotu dan Mohamad Toha. (2023), "Analisis Minat Nasabah Terhadap Tabungan Faedah IB (Studi Kasus BRI Syariah KCP Mojosari-Mojokerto)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Alcianno G Gani. (2020), "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja," *Jurnal Mitra Manajemen* 7, no. 2.
- Alyusi Shiefti Dyah, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*.
- Atika Husaini. (2019), "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu", *Skripsi Ekonomi Syariah*.
- Akbar Fikri Sakum dan Solikhul Hidayat. (2011), "Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 07, no. 02.
- Amelia dkk., Faktor-faktor Penyebab Konsumen Tetap Belanja di Pasar Tradisional Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan, *Jurnal Sains dan Teknologi ISTP*, Juli 2024: menjelaskan jumlah kios (500), PKL (200), dan pedagang sayur (36)
- Anjani, D., & Prasetyo, A. R. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS di Kalangan UMKM. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, Vol. 4, No. 1, Hlm. 45–53.
- Antonio, Muhammad Syafii. (2011). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Apriyani, Rahma, dan Desi Pibriana. (2001), "Penerapan Model UTAUT Untuk Menganalisis Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi E-Office (Studi Kasus: PT ABCX) Application of the UTAUT Model to Analyze Acceptance and Use of E-Office Information Systems (Case Study: PT ABCX)." *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi* 8, no. 3.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- A Srikaningsih. (2020), *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Andi.
- Blog Sidimpuan Artikel. (2021). Asal Usul Nama Sangkumpal Bonang. Diakses dari: <https://sidimpuanartikel.blogspot.com>
- Buluati, Riflan, Deby R. Karundeng, dan Moh. Afan Suyanto. (2023), "Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo." *Wahana* 75, no. 2.
- Damanik, J. (2023). Evaluasi Purna Huni Bangunan Pasar Sangkumpal Bonang Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Arsitektur dan Lingkungan*, 11(2), 98–110
- Dewi, R., & Haryanto, D. (2019). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kepercayaan Pedagang terhadap Pembayaran Digital QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 77-88.
- Diskominfo.padangsidimpuankota.go.id. (2019), "Statistik Sektoral Kota Padang Sidempuan 2022" pertama kali diindeks oleh Google pada February.
- Edwin Zusrony. (2023), "Analisis Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use Dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan

- Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM",, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*.
- Fadila Sekar Ningrum (2024), 'Pengaruh Persepsi Kegunaan Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial Melalui Sikap', *Jurnal Manajemen*, Vol. No. 2.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. (2020), "Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme." *Share Social Work Journal*, Vol. 10, No. 2.
- Fabry, D. C., E. Sugiono, dan M. Rueping. (2016), "Online monitoring and analysis for autonomous continuous flow self-optimizing reactor systems." *Reaction Chemistry and Engineering* 1, no. 2.
- Fronika Winda. (2019), "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja." *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang*.
- Gani Alcianno G. (2020), "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja." *Jurnal Mitra Manajemen* 7, no. 2.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2019). Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta: Salemba Empat.
- Guntoro, Herlan, Dapid Rikardo, Amirullah, Antaris Fahrисani, dan I Putu Suarsana. (2020), "Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat." *Journal Marine Inside* 1, no. 2.
- Hasan, I. (2020). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hayuni Dinda.(2023), "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Penggunaan E-Money Shopeepay Sebagai Alat Transaksi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau". Diss. Skripsi UIN SUSKA RIAU.
- Hendryadi, Suryani. (2015), "Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam." *Jakarta: Kencana*.
- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., ... & Lolang, E. (2023), Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lailatul Hikmah. (2018), 'Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Efisiensi Sistem Pembayaran Transportasi Di Wilayah Jabodetabek Studi Kasus Mahasiswa Uin Syarif Hidayatullah Jakarta', *Skripsi*.
- Martono, R. V. (2019). *Analisis Produktivitas dan efisiensi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Evriyenni Evriyenni. (2021), "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)." *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1.
- Nisa Handayani. (2024), "Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Media Sosial Terhadap Penggunaan Quick Respons Code Indonesian Standard (Qris)

- Pada Generasi Z Di Banda Aceh, Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh”.
- Nur Saebah Dan Muhamad Zaenal Asikin. (2024), ‘Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis Pada Gen-Z Dengan Model Bisnis Canvas’, *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 3 No. 11 November.
- Pohan, Mukmin dan Novien Rialdy. (2024), "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Gen Z Dalam Menentukan Bisnis Yang Diminati Sebagai Usaha Kecil." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* Vol. 2 No. 6 : 295-302. Prenada Media.
- Pratiwi, N. R., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh media sosial, literasi digital, dan persepsi kemudahan terhadap minat UMKM menggunakan QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 115–125.
- Priyatno, D. (2020). SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, A., & Sari, M. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Adopsi Teknologi Pembayaran Digital pada UMKM. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 7(2), 45-54.
- Putra, A. H., & Santoso, B. (2023). Pengaruh promosi media sosial dan efisiensi transaksi terhadap minat pedagang menggunakan QRIS. *Jurnal Teknologi dan Bisnis UMKM*, 6(3), 203–214.
- Putra, R. Y., & Nuryadin, E. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Efisiensi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Digital*, Vo. 5, No. 2, Hlm. 78–85.
- Putri Gitty Anisa dan Fitri Ayu Nofirda. (2023), "Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*.
- Rahman, F., & Hidayat, R. (2020). Efisiensi Pembayaran Digital dan Kepuasan Pedagang UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 32-40.
- Rangkuti Fani Al Vionita. (2021), “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Qris Dan Kemudahan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Uinsu.” *Perbankan Syariah* 140, no. 1.
- Restiti, Difa, and Rizki Amalia. "Pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang quick response code indonesian standard (QRIS)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no (2021).
- Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, And Moh. Afan Suyanto. (2023), ‘Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo’, *Jurnal Manajemen*, Vol. 75 No, 2.
- Roziq Muhammad Annang Fahmi, Syahri Romadhon, dan Rayhan Gunaningrat, (2024), "Pandangan Gen Z terhadap live music yang menambah minat konsumen coffee shop di Kota Solo." *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*.
- Rustanto Agung Edi, Iis Kartini, And Featy Octaviany. (2019), "Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada UMKM Daerah Aliran Sungai Citarum." *Jurnal Lentera Bisnis*.

- Sakum. (2024), 'Minat Pedagang Muslim Menabung Di Perbankan Syariah: Seberapa Besar Pengaruh Pengetahuan Dan Budaya Kerja', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Santoso, S. (2020). Menguasai Statistik di Era Revolusi Industri 4.0 dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, M., & Kurniawan, B. (2022). Minat Penggunaan Teknologi Digital dalam Sistem Pembayaran di Era Society 5.0. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Digital*, Vol. 3, No. 3, Hlm. 112–119
- Setyanto, A. E. (2021), Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif.
- Siregar, R. A. (2020). Revitalisasi pasar tradisional sebagai ruang interaksi sosial di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Sosial dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 45–55.
- Siregar, Susi Enggana. (2024), *Faktor-faktor yang memengaruhi UMKM menggunakan pembayaran digital*. Diss. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Siregar, Zainul Andri Bayhaqqi. (2022), "Analisis persepsi masyarakat Kota Padangsidimpuan pada penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran digital. Diss. IAIN Padangsidimpuan.
- Suci Rahmayanti Sihaloho, Josef Evan dan Atifah Ramadani. (2020), "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan Umkm Di Medan", *Jurnal Manajemen*.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suliah, S., & Pabulo, A. M. A. (2023), " Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan, dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Generasi Z dalam Mengadopsi Teknologi Pembayaran Digital (Studi Kasus: Cilacap). *Jurnal Sains dan Teknologi*.
- Syafira Aulia Fadlillah Jonet Ariyanto Nugroho dan Khresna Bayu Sangka. (2021), "Pengaruh efisiensi pembayaran Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM Binaan Bank Indonesia KPW Solo" || *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*.
- Viswanath Venkatesh dkk. (2003), "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *Jurnal Management Information Systems* 27, no. 3.
- Winda Fronika. (2019), "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja," *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang*.
- Winkel (2009). Psikologi Pengajaran. Yogyakarta: Media Abadi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
NIM : 21 401 00114
Tempat dan Tanggal Lahir : Pangkalan Berandan, 11 November 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Lengkap : Jln St.Sp.Mulia, Gg sepakat 3, Kel. Bonan Dolok, Prov.Sumatra Utara
E-mail : putrianggini44@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Ihsan Ramli
Nama Ibu : Aprilda
Perkerjaan Orang tua : Ayah: Wiraswasta
Ibu: Guru
Pendidikan Orang Tua : Ayah: SLTA
Ibu: S1
Alamat Lengkap : Jln St.Sp.Mulia, Gg sepakat 3, Kel. Bonan Dolok, Prov.Sumatra Utara

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK : TK Al-Ikhlas
SD : SDN 200117 Padangsidimpuan
SMP : SMP N 4 Padangsidimpuan
SMA : SMA N 5 Padangsidimpuan

IV. MOTO HIDUP

: Percayalah kepada dirimu sendiri

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.
Pedagang\ Responden
Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang saya butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul "**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFISIENSI PEMBAYARAN TERHADAP MINAT PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**".

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidimpuan, 22 April 2025
Hormat saya,

Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
NIM. 21 401 00114

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Usia : _____

Jenis Kelamin : _____

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *chek list* (□) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3. Pertanyaan ini semata untuk tujuan penelitian.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syarifah Isnaini, M.E

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

”PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN EFISIENSI PEMBAYARAN TERHADAP MINAT PEDAGANG DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS”

Yang disusun oleh:

Nama : Putri Ihsan Anggini Ramli Nasution
Nim : 21 401 00114
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syaria

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penelitian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, 22 April 2025
Validator

Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

LEMBAR VALIDASI
MEDIA SOSIAL (X1)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checlist* (□) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
<i>Context</i> (Konteks)	1,2,3			
<i>Communication</i> (Komunikasi)	4,5,6			
<i>Collaboration</i> (Kerja Sama)	7,8,9			

Catatan:

Padangsidimpuan, 22 April 2025
Validator

Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

LEMBAR VALIDASI
EFISIENSI PEMBAYARAN (X2)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari spek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checlist* (□) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Hemat waktu	1,2,3			
Hemat Biaya	4,5			
Hemat Tenaga	6,7,8			

Catatan:

Padangsidimpuan, 22 April 2025
Validator

Svarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

LEMBAR VALIDASI
MINAT PEDAGANG (Y)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dariaspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *cheklist* (□) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kamiberikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
<i>Eksploratif</i> (Memperdalam pengetahuan)	1,2,3			
<i>Transaksional</i> (Transaksi)	4,5			
<i>Refrensional</i> (Referensi)	6,7,8,			

Catatan:

Padangsidimpuan, 22 April 2025
Validator

Svarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel Independen (X1) Media Sosial

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	<i>Context</i> (Konteks)					
1.	Saya sering menggunakan media sosial					
2.	Saya menggunakan media social untuk promosi usaha					
3.	Media social berpengaruh dalam usaha bisnis saya					
	<i>Communication</i> (Komunikasi)					
4.	Saya sering menggunakan media sosial (WhatsApp) untuk berkomunikasi					
5.	Saya pertama kali mengetahui QRIS dari media sosial					
6.	Saya paham tentang penggunaan QRIS					
	<i>Collaboration</i> (Kerja Sama)					
7.	Saya melihat promosi atau informasi tentang QRIS di media sosial					
8.	Saya banyak melihat di media social kerja sama berupa endrose (mempromosikan jualan orang lain)					
9.	Saya melakukan endrose untuk promosi usaha saya					

B. Angket Variabel Independen (X2) Efisiensi Pembayaran

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Hemat Waktu					
1.	Pembayaran menggunakan QRIS lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai					
2.	Saya merasa lebih nyaman menggunakan QRIS, karena tidak perlu menunggu kembalian atau menghitung uang tunai					
3.	Saya merasa pembayaran dengan metode QRIS sangat membantu dalam menghemat waktu					
	Hemat Biaya					
4.	Saya merasa pembayaran menggunakan QRIS lebih hemat dibandingkan pembayaran lainnya					
5.	Saya merasa nyaman menggunakan pembayaran digital QRIS dibandingkan pembayaran digital lain					
	Hemat Tenaga					
6.	Saya merasa pembayaran menggunakan QRIS lebih hemat tenaga dibandingkan dengan metode pembayaran uang tunai					
7.	Saya tidak perlu menghitung uang tunai dengan metode pembayarn QRIS					
8.	Saya merasa penggunaan QRIS mengurangi kelelahan akibat pembayaran manual (harus mencari atau menukar uang untuk kembalian)					

C. Angket Variabel Independen (Y) Minat Pedagang

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	<i>Eksploratif</i> (Memperdalam pengetahuan)					
1.	Saya paham tentang metode pembayaran digital QRIS					
2.	Saya perlu memperdalam pengetahuan saya tentang QRIS					
3.	Saya menggunakan pembayaran digital QRIS karena lebih efisien					
	<i>Transaksional</i> (Transaksi)					
4.	Transaksi menggunakan pembayaran digital QRIS jadi lebih mudah					
5.	Saya merasa efisiensi QRIS mempercepat proses transaksi bisnis saya					
	<i>Refrensiional</i> (Referensi)					
6.	Promosi dan edukasi di media social menjadi faktor yang paling penting mempengaruhi minat saya untuk menggunakan QRIS					
7.	Banyak pelanggan yang merekomendasikan pembayaran dengan metode pembayaran digital QRIS (kalangan gen z)					
8.	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan QRIS kepada pedagang lain					

LAMPIRAN TABULASI DATA

Lampiran Tabulasi Media Sosial (X1)

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	Total
1.	4	5	3	3	2	5	4	5	4	35
2.	4	5	3	3	2	5	4	5	4	35
3	4	5	5	3	2	5	4	5	4	37
4	4	5	5	3	2	5	4	5	4	38
5	4	5	5	3	2	5	4	5	4	38
6	4	5	5	3	3	5	4	5	4	39
7	4	5	5	3	3	5	4	5	4	39
8	4	5	5	4	3	5	4	5	4	39
9	4	5	5	4	3	5	4	5	4	39
10	4	5	5	4	2	5	4	5	4	38
11	4	5	5	4	2	5	4	5	4	38
12	4	5	5	4	2	5	4	5	4	38
13	4	5	5	4	2	5	4	5	4	38
14	4	5	5	4	2	5	4	5	4	38
15	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
16	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
17	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
18	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
19	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
20	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
21	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
22	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
23	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
24	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
25	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
26	3	5	5	4	5	4	4	5	4	39
27	3	5	5	4	5	4	4	5	4	39
28	3	5	5	4	5	4	4	5	4	39
29	5	5	5	4	5	4	4	5	4	41
30	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
31	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
32	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
33	5	4	5	4	5	4	4	4	4	40
34	5	4	5	4	5	4	4	4	4	40
35	5	4	5	4	5	4	4	4	4	40
36	5	4	5	4	5	4	4	4	4	40
37	5	4	5	4	5	4	4	4	4	40
38	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
39	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
40	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41

41	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
42	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
43	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
44	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
45	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
46	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
47	5	4	5	4	5	4	4	4	5	41
48	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
49	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
51	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
52	5	4	5	4	4	4	5	4	5	41
53	5	4	5	5	4	4	5	4	5	41
54	5	4	5	5	4	4	5	4	5	41
55	5	4	5	5	4	4	5	4	3	39
56	5	4	5	5	4	4	5	4	3	39
57	5	4	5	5	4	4	5	4	3	39
58	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
59	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
60	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
61	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
62	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
63	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
64	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
65	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
66	5	4	4	5	4	4	5	4	3	39
67	5	4	4	5	4	4	5	4	3	38
68	5	4	4	5	4	4	5	4	3	38
69	5	4	4	5	4	4	5	4	3	38
70	5	3	4	5	4	4	5	4	3	37
71	5	3	4	5	4	4	5	4	3	37
72	5	3	4	5	4	4	5	4	3	37
73	5	3	4	5	4	4	5	4	3	37
74	5	3	4	5	4	4	5	4	3	37
75	5	3	4	5	4	4	5	4	3	37
76	5	3	4	5	4	3	5	4	3	36
77	5	3	4	5	4	3	5	4	3	36
78	5	3	4	5	4	3	5	4	3	36
79	5	3	4	5	4	3	5	4	3	36
80	5	3	4	5	4	3	5	4	3	36
81	5	3	4	5	4	3	5	4	3	36
82	5	3	4	5	4	2	3	4	2	32
83	5	2	4	5	4	2	3	4	2	31
84	5	2	4	5	4	2	3	4	2	31

85	5	2	4	5	4	2	2	4	2	30
86	5	2	4	5	4	2	2	3	2	29
87	5	2	4	5	4	2	2	3	2	29
88	5	2	4	5	4	2	2	3	2	29
89	5	2	4	5	4	2	2	2	2	28
90	5	2	4	3	4	2	2	4	2	30

Lampiran Tabulasi Efisiensi Pembayaran (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1.	5	5	4	3	2	3	5	3	30
2.	5	5	4	3	2	3	5	3	30
3	5	5	4	3	2	3	5	3	30
4	5	5	4	3	3	3	5	3	31
5	5	5	4	3	3	3	5	3	31
6	5	5	4	3	3	3	5	3	31
7	5	5	4	3	3	3	5	3	31
8	5	5	4	3	3	3	5	3	31
9	5	5	4	3	3	3	5	3	31
10	5	5	4	5	3	3	5	3	33
11	5	5	4	5	3	3	5	4	34
12	5	5	4	5	3	3	5	4	34
13	5	5	4	5	3	3	5	4	34
14	5	5	4	5	4	4	5	4	36
15	5	5	4	5	4	4	5	4	36
16	5	5	4	5	4	4	5	4	36
17	5	5	4	5	4	4	5	4	36
18	5	5	4	5	4	4	5	4	36
19	5	5	4	5	4	4	5	4	36
20	5	5	4	5	4	4	5	4	36
21	5	5	4	5	4	4	5	4	36
22	5	5	4	5	4	4	5	4	36
23	5	5	4	5	4	4	5	4	36
24	5	5	4	5	4	5	5	4	37
25	5	5	4	5	4	5	5	4	37
26	5	5	4	5	4	5	5	4	37
27	5	5	4	5	4	5	5	4	37
28	5	5	4	5	4	5	5	4	37
29	5	5	4	5	4	5	5	4	37
30	5	5	4	5	4	5	5	4	37
31	5	5	4	5	4	5	5	4	37
32	5	5	4	5	4	5	5	4	37
33	5	5	4	5	4	5	5	4	37
34	5	5	4	4	4	5	5	4	36
35	5	5	4	4	4	5	5	4	36

36	5	5	4	4	4	5	5	4	36
37	5	5	4	4	4	5	5	4	36
38	5	5	4	4	4	5	5	4	36
39	5	5	4	4	4	5	5	4	36
40	5	3	4	4	4	5	5	4	34
41	5	3	4	4	4	5	5	4	34
42	5	3	4	4	4	5	5	4	34
43	5	4	4	4	4	5	4	4	34
44	3	4	4	4	4	5	4	4	32
45	3	4	4	4	4	5	4	4	32
46	3	4	6	4	4	5	4	4	34
47	3	4	6	4	4	5	4	4	34
48	3	4	6	4	4	5	4	4	34
49	3	4	6	4	4	5	4	4	34
50	3	4	6	4	4	5	4	4	34
51	3	4	6	4	4	5	4	4	34
52	3	4	5	4	4	5	4	4	33
53	3	4	5	4	4	5	4	4	33
54	4	4	5	4	4	5	4	4	34
55	4	4	5	4	4	5	4	4	34
56	4	4	5	4	4	5	4	5	35
57	4	4	5	4	4	5	4	5	35
58	4	4	5	4	4	5	4	5	35
59	4	4	5	4	4	5	4	5	35
60	4	4	5	4	4	5	4	5	35
61	4	4	5	4	4	5	4	5	35
62	4	4	5	4	4	5	4	5	35
63	4	4	5	4	4	5	4	5	35
64	4	4	5	4	5	5	4	5	36
65	4	4	5	4	5	5	4	5	36
66	4	4	5	4	5	5	4	5	36
67	4	4	5	4	5	5	4	5	36
68	4	4	5	4	5	5	4	5	36
69	4	4	5	4	5	5	4	5	36
70	4	4	5	4	5	5	4	5	36
71	4	4	5	4	5	5	4	5	36
72	4	4	5	4	5	5	4	5	36
73	4	4	5	4	5	5	4	5	36
74	4	4	5	4	5	5	4	5	36
75	4	4	5	4	5	5	4	5	36
76	4	4	5	4	5	5	3	5	35
77	4	4	5	4	5	5	3	5	35
78	4	4	5	4	5	5	3	5	35
79	4	4	5	4	5	5	3	5	35

80	4	4	5	4	5	5	3	5	35
81	4	4	5	4	5	5	3	5	35
82	4	4	5	4	5	5	3	5	35
83	4	4	5	4	5	5	3	5	35
84	4	4	5	4	5	5	3	5	35
85	4	4	5	4	5	5	3	5	35
86	4	4	5	4	5	5	3	5	35
87	4	4	5	4	5	5	3	5	35
88	4	4	5	4	5	5	3	5	35
89	4	4	5	4	5	5	3	5	35
90	4	4	5	4	5	5	3	5	35

Lampiran Tabulasi Minat Pedagang (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total
1.	3	3	3	3	5	5	5	4	25
2.	3	3	3	3	5	5	5	4	25
3	3	3	3	3	5	5	5	4	25
4	3	3	3	3	5	5	5	4	25
5	3	3	3	4	5	5	5	4	25
6	3	5	3	4	5	5	5	4	25
7	3	5	3	4	5	5	5	4	25
8	3	5	3	4	5	5	5	4	25
9	4	5	3	4	5	5	5	4	25
10	4	5	3	4	5	5	5	4	25
11	4	5	3	4	5	5	5	4	25
12	4	5	3	4	5	5	5	4	25
13	4	5	3	4	5	5	5	4	25
14	4	5	3	4	5	5	5	4	25
15	4	5	3	4	5	5	5	4	25
16	4	5	3	4	5	5	5	4	25
17	4	5	3	4	5	5	5	4	25
18	4	5	3	4	5	5	5	4	25
19	4	5	3	4	5	5	5	4	25
20	4	5	3	4	5	5	5	4	25
21	4	5	3	4	5	5	5	4	25
22	4	5	3	4	5	5	5	4	25
23	4	5	3	4	5	5	5	4	25
24	4	5	3	4	5	5	5	4	25
25	4	5	4	4	5	5	5	4	25
26	4	5	4	4	5	5	5	4	24
27	4	5	4	4	5	5	5	4	23
28	4	5	4	4	5	5	5	4	22
29	4	5	4	4	5	5	5	4	21
30	4	5	4	4	5	5	5	4	20
31	4	5	4	4	5	5	5	4	20

32	4	5	4	4	5	5	5	4	20
33	4	5	4	4	5	5	5	4	20
34	4	5	4	4	5	5	5	4	20
35	4	5	4	4	5	5	5	4	20
36	4	5	4	4	5	5	5	4	20
37	4	5	4	4	5	5	5	4	20
38	4	5	4	4	5	5	3	4	20
39	4	5	4	4	5	5	3	4	20
40	4	5	4	4	5	5	3	4	20
41	4	5	4	4	5	5	3	4	20
42	4	5	4	4	5	5	3	3	20
43	4	5	4	4	5	5	3	3	20
44	4	5	4	4	5	3	3	3	20
45	4	5	4	4	4	3	3	3	20
46	4	5	4	4	4	3	3	3	20
47	4	5	4	4	4	3	3	3	20
48	4	5	4	4	4	3	3	3	20
49	4	5	4	4	4	3	3	3	20
50	4	5	4	4	4	4	3	3	20
51	4	5	4	4	4	4	3	3	20
52	4	5	4	4	4	4	3	3	20
53	4	5	4	4	4	4	3	3	20
54	5	5	4	4	4	4	3	3	20
55	5	5	4	4	4	4	3	3	20
56	5	5	4	4	4	4	4	5	20
57	5	5	4	4	4	4	4	5	20
58	5	5	4	4	4	4	4	5	20
59	5	5	4	4	4	4	4	5	20
60	5	5	4	4	4	4	4	5	20
61	5	5	5	4	4	4	4	5	20
62	5	5	5	4	4	4	4	5	20
63	5	5	5	5	4	4	4	5	20
64	5	5	5	5	4	4	4	5	20
65	5	5	5	5	4	4	4	5	20
66	5	5	5	5	4	4	4	5	19
67	5	5	5	5	4	4	4	5	18
68	5	5	5	5	4	4	4	5	17
69	5	5	5	5	4	4	4	5	16
70	5	5	5	5	4	4	4	5	15
71	5	5	5	5	4	4	4	5	15
72	5	5	5	5	4	4	4	5	15
73	5	5	5	5	4	4	4	5	15
74	5	5	5	5	4	4	4	5	15
75	5	5	5	5	4	4	4	5	15

76	5	5	5	5	4	4	4	5	15
77	5	5	5	5	4	4	4	5	15
78	5	5	5	5	4	4	4	5	15
79	5	4	5	5	4	4	4	5	14
80	5	4	5	5	4	4	4	5	13
81	5	4	5	5	3	4	4	5	12
82	5	4	5	5	3	4	4	5	11
83	5	4	5	5	3	4	4	5	10
84	5	4	5	5	3	4	4	5	10
85	5	4	5	5	3	4	4	5	10
86	5	4	5	5	3	4	4	5	10
87	5	4	5	5	3	4	4	5	8
88	5	4	5	5	3	4	4	5	6
89	5	4	5	5	3	4	4	5	4
90	5	4	5	5	3	4	4	5	2

Lampiran Hasil Output SPSS Versi 26

UJI VALIDITAS

Uji Validitas X1

Correlations

Uji Validitas X2 Correlations

Uji Validitas Y Correlations

UJI RELIABILITAS

Uji Reliabilitas X₁ Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	9

Uji Reliabilitas X₂ Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.847	8

Uji Reliabilitas Y Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.849	8

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	34.6444444
	Std. Deviation	1.50072039
Most Extreme Differences	Absolute	.223
	Positive	.115
	Negative	-.223
Test Statistic		.223
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113

UJI LINIERITAS

ANOVA LINIERITY

Hasil Uji Linieritas X₁ dan Y

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *	Between Groups	151.662	11	13.787	4.697	.000
	Linearity	17.738	1	17.738	6.043	.016
	Deviation from Linearity	133.924	10	13.392	4.562	.000
	Within Groups	228.960	78	2.935		
Total		380.622	89			

ANOVA LINIERITY

Hasil Uji Linieritas X₂ dan Y

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *	Between Groups	260.293	7	37.185	25.340	.000
	Linearity	173.553	1	173.553	118.270	.000
	Deviation from Linearity	86.739	6	14.457	9.852	.000
	Within Groups	120.330	82	1.467		
Total		380.622	89			

UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	.995
	TOTAL_X2	.995

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

UJI AUTOKORELASI

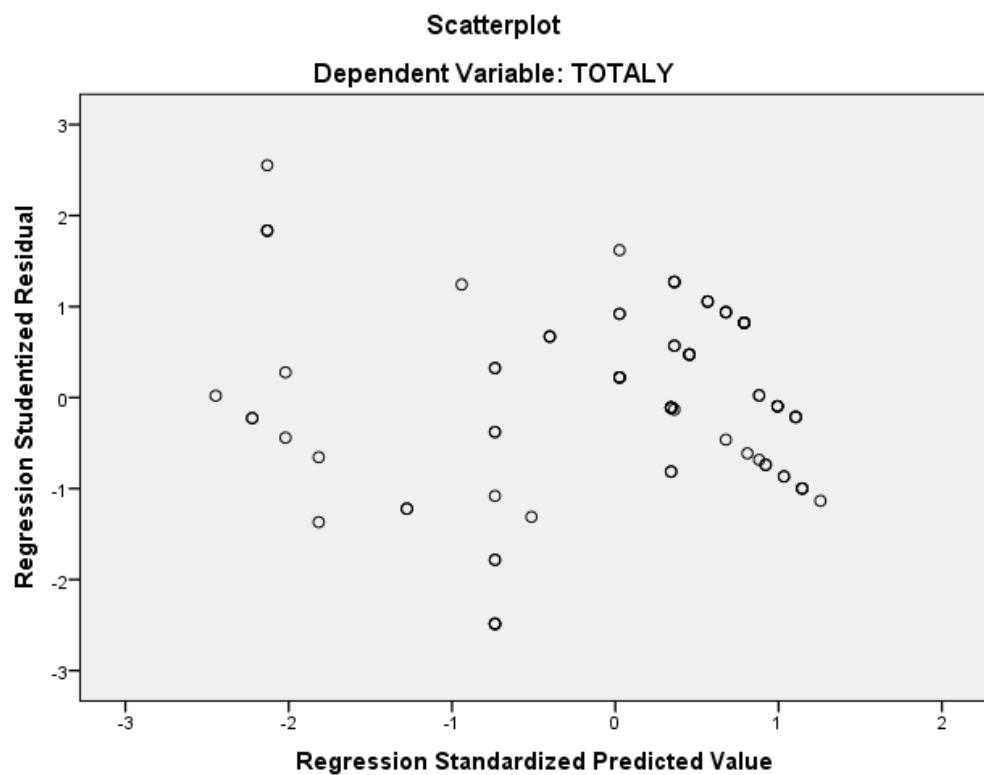
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.726 ^a	.527	.516	1.439	.220

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26 (Data Diolah)

UJI HETEROKESTASITAS



ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	12.901	3.378		3.819	.000
TOTAL_X1	.168	.047	.266	3.603	.001
TOTAL_X2	.809	.086	.695	9.392	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

UJI HIPOTESIS

Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	12.901	3.378		3.819	.000
TOTAL_X1	.168	.047	.266	3.603	.001
TOTAL_X2	.809	.086	.695	9.392	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	200.442	2	100.221	48.392	.000 ^b
Residual	180.180	87	2.071		
Total	380.622	89			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Uji R² Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.516	1.439

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

LAMPIRAN DOKUMENTASI

