

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Minat Penggunaan

Minatnya adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Jika mereka memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya, mereka akan melakukannya. Ketika seseorang melihat sesuatu bernilai, minat akan muncul, dan kemudian kepuasan akan muncul, menunjukkan bahwa ada hubungan antara minat dan nilai-nilai yang memengaruhi keputusan hidup seseorang.

Menurut (Davis, 1989) minat dapat didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Jika seseorang menemukan sesuatu yang bermanfaat, minat mereka akan meningkat dan mendorong mereka untuk menggunakan produk tersebut. Menurut (Jogiyanto, 2007) Minat Penggunaan adalah suatu keinginan seseorang atau alasan untuk melakukan perilaku tertentu jika mempunyai keinginan yang kuat untuk melakukannya. Dalam QRIS, minat adalah tingkat niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Minatnya dapat membantu seseorang melakukan hal-hal tertentu.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan adalah keadaan di mana seseorang merasa tertarik untuk melakukan sesuatu. Ketika seseorang menerima rangasangan produk yang dilihatnya lambat, dorongan atau keinginan untuk menggunakannya muncul.

Indikator – indikator untuk mengukur minat di adaptasi dari pengertian minat menurut (Iskandar, 2010), yaitu :

- a. biasanya menyelidiki Perasaan yang menunjukkan bahwa satu hal, pekerjaan, atau aktivitas itu berharga, penting, atau berarti bagi seseorang. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, tahap di mana pelanggan ingin mendapatkan informasi lebih lanjut adalah pencarian informasi. Konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi dalam situasi seperti ini.
- b. Berkonsentrasi. suatu sikap yang bertahan lama yang memusatkan perhatian seseorang, membuatnya selektif terhadap objek yang ingin dia tuju.
- c. Motivasi adalah kondisi yang mendorong tingkah laku dalam arah tertentu. Sebagian besar orang termotivasi oleh dorongan yang mereka rasakan dari peristiwa masa lalu, kesadaran tentang apa yang mereka lakukan, dan pemahaman tentang alasan mereka melakukan apa yang mereka lakukan. Konsumen dimotivasi untuk memenuhi kebutuhan fisik dan psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu barang.

2.1.2 Alat Pembayaran Digital

Pembayaran digital, adalah alat pembayaran elektronik yang nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Pembayaran digital juga sering disebut sebagai uang elektronik, atau uang elektronik. Sebelum menggunakannya untuk melakukan transaksi, pengguna harus menyetorkan uangnya kepada penerbit dan menyimpannya dalam media elektronik. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan di media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan dapat diisi

kembali di kemudian hari. Jenis media elektronik yang digunakan untuk menyimpan nilai uang elektronik adalah chip atau server. Secara umum, pembayaran digital adalah transfer sejumlah uang dari pembayar ke penerima. Pembayaran digital menggunakan teknologi scan QR kode. Uang disimpan, diproses, dan dikirim dalam pembayaran digital dalam bentuk informasi digital, dan alat pembayaran elektronik menjalankan proses pemindahannya. Pembayaran digital menggunakan software, kartu pembayaran, dan uang elektronik, tetapi pembayaran tradisional menggunakan uang tunai, cek, atau kartu kredit. Aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, dan peraturan dan protokol yang mengatur sistem pembayaran digital adalah komponen utamanya.

Pembayaran untuk barang dan jasa yang dibeli melalui internet dapat dilakukan melalui sistem pembayaran digital. Tidak ada komunikasi langsung antara pelanggan dan penjual seperti dengan mengirimkan faktur melalui email atau konfirmasi melalui fax di sini; sebaliknya, pelanggan mengirimkan semua informasi yang terkait dengan pembayaran kepada penjual melalui internet. Beberapa aplikasi pembayaran digital yang populer di Indonesia adalah Go-pay, ShopeePay, OVO, Dana, LinkAja, dan berbagai M-Banking yang ditawarkan oleh beberapa bank.

Dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan pembayaran digital terdapat beberapa keuntungan yang di peroleh sebagai berikut:

1. Transaksi lebih mudah dan praktis
2. Transaksi lebih aman
3. Kenyamanan dalam transaksi

4. Kecepatan transaksi
5. Bisa digunakan untuk berbagai layanan

2.1.3 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Untuk membuat transaksi dengan QR Code lebih mudah, cepat, dan aman, industri sistem pembayaran bekerja sama dengan Bank Indonesia untuk mengembangkan QRIS, yang juga dikenal sebagai QRIS, atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS). Semua PJSP yang menggunakan QR Code harus menerapkan QRIS. QRIS merupakan inovasi penting dalam dunia pembayaran digital di Indonesia. Dengan memfasilitasi transaksi yang cepat, sederhana dan aman, QRIS dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi digital dan inklusi keuangan di tanah air. Pemerintah, dunia usaha, dan mahasiswa dapat bekerja sama untuk memaksimalkan potensi QRIS sebagai instrumen pembayaran masa depan yang andal. Transaksi QRIS menggunakan dana simpanan dan instrumen pembayaran seperti kartu debit, kartu kredit, atau uang elektronik yang menggunakan media penyimpanan server. Lembaga Standar yang disetujui Bank Indonesia menentukan penggunaan sumber dana dan instrumen pembayaran ini. QRIS memiliki fitur UNGGUL, yang merupakan kepanjangan dari

1. Universal

Karena QRIS dapat menerima pembayaran melalui aplikasi pembayaran apa pun yang menggunakan kode QR, mahasiswa tidak perlu memiliki berbagai macam aplikasi pembayaran.

2. Gampang

Mahasiswa: Sangat mudah; hanya perlu memindai QR Code satu kali dan bayar. Pembeli, tidak perlu memajang banyak QR Code; cukup satu QR Code yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun.

3. Untung

Pengguna Anda dapat membayar dengan akun pembayaran QR apapun. Merchant: Anda harus memiliki minimal 1 akun untuk menerima semua kode QR pembayaran.

4. Langsung

Dengan QRIS langsung, pembayaran diproses segera dan pemberitahuan transaksi dikirim langsung kepada pengguna dan penjual.

Transaksi menggunakan QRIS memiliki banyak manfaat bagi pengguna maupun merchant antara lain :

1. Bagi penggunanya cepat dan kekinian, tidak perlu repot untuk membawa uang tunai, tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang, terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah diawasi oleh Bank Indonesia
2. Bagi merchant, kekinian, terhindar dari uang palsu, meningkatkan branding, tidak perlu menyediakan uang kembalian, transaksi tercatat otomatis, Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai.

Dalam QRIS, ada dua model penggunaan QR Code Pembayaran: *Merchant Presented Mode* (MPM) dan *Customer Presented Mode* (CPM). Namun, penerapan QRIS mengacu pada standar QRIS nasional yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

2.1.4 Teori Preferensi Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, preferensi berarti pilihan, kecenderungan, kesukaan, atau hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain. Di sisi lain, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer, preferensi berarti hal lebih menyukai, pilihan, kesukaan, atau perilaku khusus yang diberikan kepada seseorang langgan. Preferensi konsumen adalah nilai-nilai yang diperhatikan konsumen saat membuat keputusan tentang apa yang mereka suka atau tidak suka tentang produk yang mereka konsumsi. Menurut (Kotler et al., 2000) berpendapat bahwa preferensi konsumen pelanggan menunjukkan kesukaan pelanggan terhadap berbagai pilihan produk atau jasa yang tersedia. Teori preferensi konsumen dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan, misalnya, jika seseorang ingin menggunakan atau mengonsumsi sebuah produk atau jasa tetapi memiliki sumber daya terbatas, mereka harus memilih opsi lain sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai tingkat optimal.

Menurut (Husein Umar, 2010) faktor faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dibagi menjadi dua yaitu :

1. Faktor lingkungan

Perilaku konsumen di lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh variabel lingkungan seperti budaya, kelas sosial, dan pengaruh pribadi.

2. Faktor psikologi

Proses pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap atau perilaku yang dikenal sebagai faktor psikologi terdiri dari persepsi, motivasi dan keterlibatan, proses belajar atau pengetahuan, kepercayaan, demografi, dan sikap.

Adapun beberapa indikator untuk mengukur preferensi konsumen menurut (Davis, 1989) yaitu :

1. Berminat terus menggunakan
2. Akan menggunakan untuk transaksi terkait
3. Merekomendasikan kepada orang lain

2.1.5 Persepsi Kemudahan

Menurut (Davis, 1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa masalah. Menurut (Jogiyanto, 2007) didefinisikan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan didefinisikan sebagai ketika seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah. Ada beberapa hal yang membuat orang percaya bahwa teknologi itu mudah digunakan. Misalnya, mereka mungkin percaya bahwa menggunakan teknologi *mobile commerce* tidak membutuhkan banyak usaha untuk dilakukan (Putri et al., 2022). Sistem informasi dianggap mudah karena mudah dipelajari dan digunakan, mudah bekerja sesuai keinginan pengguna, dan memberikan keterampilan baru kepada pengguna.

Dari beberapa teori maka dapat disimpulkan bahwa persepsi Kemudahan dapat dipahami sebagai keyakinan individu dimana mereka memakai sistem tertentu akan bebas dari tindakan, Ketika anda yakin bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Karena pada dasarnya suatu sistem atau alat dibuat untuk mempermudah manusia dalam beraktivitas menggunakan metode atau alat akan membuat suatu aktivitas lebih mudah dilakukan daripada menggunakan metode biasa.

Menurut (Davis, 1989), mengemukakan bahwa persepsi kemudahan terdiri dari 5 indikator, yaitu:

- a. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
- b. Dapat di kontrol (*controllable*)
- c. Fleksibel (*flexible*)
- d. mudah digunakan (*easy to use*)
- e. jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

2.1.6 Persepsi Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan gambaran tentang bagaimana modernitas telah mempengaruhi pola hidup seseorang. Modernitas memerlukan kemajuan dalam bidang teknologi dan pengetahuan, tetapi juga kemajuan dalam dunia mode dan tren yang mengubah gaya hidup seseorang (Chaney, 1996). Menurut (Kotler, 2002) gaya hidup adalah seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup ini menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam interaksinya dengan dunia sekitarnya.

Menurut (Engel, 1994) gaya hidup Bagaimana seseorang menjalani kehidupan mereka, menghabiskan waktu dan uang mereka, disebut gaya hidup. Indikator yang dapat mengukur gaya hidup menurut (Engel, 1994) sebagai berikut:

1. *Activities* (kegiatan)

Merupakan tindakan nyata, seperti menonton media, berbelanja di toko, atau menceritakan pelayanan baru kepada tetangga.

2. *Interest* (minat)

Adalah tingkat kehairahan yang menyertai perhatian khusus dan terus menerus terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik.

3. *Opinion* (opini)

Adalah tanggapan lisan atau tertulis yang diberikan oleh orang-orang terhadap situasi yang mendorong pertanyaan tersebut.

4. *Technology* (teknologi)

Teknologi adalah penerapan pengetahuan ilmiah untuk tujuan praktis dalam kehidupan manusia atau pada perubahan dan manipulasi lingkungan manusia.

5. *Awareness* (kesadaran)

Kesadaran adalah kemampuan seseorang untuk menyadari dan merespons terhadap hal-hal di sekitarnya. Hal ini mencakup pemahaman diri sendiri, emosi, pikiran, dan persepsi terhadap lingkungan.

Dengan menjelaskan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Gaya

hidup ini dapat dipahami dengan mengukur kegiatan, minat, dan pendapat individu tersebut.

2.1.7 Persepsi Resiko

Menurut (Kim et al., 2008) resiko adalah keyakinan pelanggan tentang hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi online. Menurut (Mitchell, 2017) resiko yang dimaksudkan sebagai hal-hal yang dihadapi konsumen secara sadar atau tidak sadar saat membuat keputusan pembelian. Persepsi resiko sangat membantu mengurangi keinginan pelanggan untuk melakukan transaksi elektronik. Akibatnya, persepsi risiko mungkin akan berdampak negatif pada keinginan pelanggan untuk menggunakan produk teknologi informasi. Menurut (Schiffman & Kanuk, 2008) persepsi resiko adalah ketidakpastian yang dihadapi pembeli jika mereka tidak dapat meramalkan akibat dari keputusan pembelian mereka.

Menurut (Featherman & Pavlou, 2003) Persepsi risiko adalah persepsi seseorang tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan barang atau jasa tertentu. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan seseorang: lebih sedikit persepsi risiko seseorang, lebih banyak kepercayaan mereka.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan persepsi risiko adalah persepsi tentang konsekuensi dan ketidakpastian dari ketidakinginan untuk menggunakan layanan atau produk. Persepsi risiko berdampak pada tingkat kepercayaan: lebih banyak orang yang memiliki persepsi risiko, lebih sedikit orang yang percaya padanya.

Beberapa dimensi resiko yang di rasakan menurut (Schiffman.L.G, 2000)

1. Resiko psikologis adalah kemungkinan kehilangan kepercayaan diri atau persepsi diri karena melakukan pembayaran. Saat membeli sesuatu secara langsung, pelanggan mungkin mengalami kecemasan psikologis.
2. Resiko keuangan adalah risiko kehilangan uang saat membeli barang. Keamanan pembayaran sangat penting saat melakukan pembelian.
3. Resiko fisik adalah kemungkinan konsumen merasa tidak aman saat melakukan pembayaran yang belum dipahami.
4. Resiko sosial adalah kemungkinan kehilangan ketidaksetujuan dengan teman dan keluarga setelah pembelian.
5. Resiko fungsional ada kemungkinan kerugian karena kegagalan sistem seperti yang diharapkan. Kurang konfirmasi terkait sistem yang berjalan dibandingkan dengan harapan akan mengurangi keinginan untuk melakukan pembayaran.

Menurut (Pavlou, 2003) persepsi resiko dapat diukur dengan 3 indikator yaitu :

1. Resiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa beresiko

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Ahmad Fahri Syarifuddin Kurnia Rahman, Supriyanto (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi	Variabel Independen resiko Variable Dependen Minat penggunaan QRIS	Variabel Independen persepsi kemudahan, preferensi, gaya hidup	Manfaat, Pengetahuan, resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran pada masa pandemi.	INAS JIF Vol 1, No. 1; 2022 ISSN Print: 2964-5263 ISSN Online: 2962-0937
2.	Novianti Indah Putri , Zen Munawar , Rita Komalasari (2022). Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Di Masa Pandemi	Resiko, Persepsi kemudahan Minat Penggunaan QRIS	Preferensi, gaya hidup	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan risiko memiliki pengaruh terhadap minat dan intensitas penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran.,	Prosiding Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi (SISFOTEK) ke 6 Tahun 2022 ISSN 2597 - 3584
3.	WickyT.J Rudy. Wenas, Sjendry S. R (2023) Pengaruh Kemudahan penggunaan, Persepsi Manfaat, dan	Persepsi kemudahan dan Resiko Minat penggunaan QRIS	Preferensi dan gaya hidup	persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan resiko berpengaruh secara simultan	Jurnal EMBA Vol.11 No.2 April 2023, Hal. 375-386 ISSN 2303- 1174

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Resiko terhadap minat penggunaan E – Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado			terhadap minat penggunaan	
4.	Mitra Sami Gultom, Huda Salsabila, Andi Amri (2023) Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital	prefensi, persepsi persepsi kemudahan, persepsi resiko sama sama membahas tentang alat pembayaran digital QRIS	Variabel Independen Gaya hidup Variabel dependen minat penggunaan QRIS	Variabel Persepsi Persepsi kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko memiliki Pengaruh yang Signifikan secara Simultan atau Secara Bersama-sama terhadap preferensi nasabah bank syariah indonesia	Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi, Vol. 13 No.1 hlm 19-29 ISSN 2302-898X (Print) ISSN 2621-5624 (Electronic)
5.	Atriani, Lalu Adi Permadi, Baiq Handayani Rinuastuti (2020) Pengaruh Persepsi Manfaat dan	Variabel Independen persepsi kemudahan Variabel Dependen Minat penggunaan	Variabel independen Preferensi, Gaya Hidup, Persepsi Resiko	persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan	JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora) Volume 6 Nomor 1,

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO			dompet digital OVO	Juni 2020 (PP. 54-61) p-ISSN: 2461-0666 e-ISSN: 2461-0720
6.	Hutami Ningsih, Endang Sasmita, Sari (2021) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa	A. Variabel Independen M. Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko	Variabel Independen Preferensi, Gaya Hidup Variabel Dependen Minat penggunaan QRIS	, variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa	Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021
7.	Sulistyo Seti Utami, Berlianingsih Kusumawati (2017) Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi	Variabel Independen Persepsi Kemudahan Variabel Minat Penggunaan	Variabel Independen Preferensi, Gaya Hidup, Persepsi Resiko	Secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan Variabel kegunaan, kemduahan, dan keamanan berpengaruh	Jurnal Balance Vol. XIV No. 2 Juli 2017

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta)			signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan e-money. Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan e-money	
8.	Andrean Septa Yogananda, Made Bayu Dirgantara (2017) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik	Variabel Independen Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Variabel Dependen Minat Penggunaan	Variabel Independen Preferensi, Gaya Hidup	persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik.	DIPONEGO RO JOURNAL OF MANAJEM ENT Volume 6, Nomor 4, tahun 2017, Halaman 1-7 ISSN (Online) 2337-3792
9.	Deaz Aurellia Febrilianda, Istiqomah, Rakhmawati (2023)	Variabel Dependen Minat menggunakan	Variabel Independen Preferensi, Persepsi kemudahan, Gaya hidup,	bahwa variabel kinerja atau <i>performance</i> berpengaruh positif terhadap minat	Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at- Thullab, Vol.5, Nomor.1,

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Yogyakarta Dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS		Persepsi resiko	mahasiswa Yogyakarta dalam menggunakan QRIS dalam bertransaksi. Namun demikian, variabel usaha atau <i>effort</i> dan keamanan atau <i>security</i> secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Yogyakarta dalam menggunakan QRIS untuk bertransaksi.	Juli-Desember, 2023 ISSN: 2685-8924. e-ISSN: 2685-8681
10.	Dewi Kusuma Wardani, Anggi Nofita Sari (2022) Minat Penggunaan Terhadap Penggunaan Sesungguhnya Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Di Era New Normal	Variabel Dependen Minat penggunaan	Variabel Independen Preferensi, Persepsi kemudahan, Gaya hidup, Persepsi resiko	pengaruh minat penggunaan terhadap penggunaan sesungguhnya QRIS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya QRIS.	Jurnal Simci Economic, volume 6, Issue 1. 2023, 1-8, Available online at e-ISSN (Online) 2559-0748
11.	Luh Putu Ayu Kusuma Wardani, Putu Riesty	Minat Penggunaan	Preferensi, Persepsi kemudahan, Gaya hidup,	ekspektasi kinerja berpengaruh	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Masdiantini (2022) Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)		Persepsi resiko	positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada pengguna mobile banking di kota Singaraja, Dapat disimpulkan ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.	Humanika, Vol. 12 No. 1, Januari-April 2022 ISSN: 2599-2651
12.	Cecilia Engko, Franco Benony Limba, Alda Puspita Achmad (2023) Pengaruh Pengetahuan Dan Dengan Technology Acceptance Model (Tam) Sebagai Variabel Mediasi	Variabel Independen Persepsi kemudahan Variabel Dependen Minat Menggunakan	Variabel Independen Preferensi, Gaya hidup, Persepsi resiko	kemudahan tidak mempengaruhi minat. Sedangkan pengujian menggunakan TAM menunjukkan bahwa Perceived usefulness memiliki pengaruh sebagai variabel intervening dalam hubungan pengetahuan terhadap minat menggunakan QRIS pada	Jurnal Revenue Akuntansi Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023 ISSN : 2723 - 6498 e - ISSN 2723 - 6501

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				pelaku usaha UMKM Coffeeshop.	
13.	Nelza Chania , Tetty Rimenda (2022) Pengaruh Perceived Benefit Dan Habit Terhadap Minat Menggunakan QRIS	Variabel Dependen Minat penggunaan	Variabel Independen Preferensi, Persepsi kemudahan, Gaya hidup, Persepsi resiko	Perceived Benefit memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa bahwa penggunaan QRIS dapat menghemat waktu dengan hanya perlu memindai satu kode QR saja 2.Habit memiliki positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS	Prosiding SNAM PNJ (2022). Kode Paper: SNAM 2203101
14.	Nur Isma Tasya Br Sebayang & Rahmawati (2023) Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran	Variabel Dependen Minat Penggunaan	Variabel Independen Preferensi, Persepsi kemudahan, Gaya hidup, Persepsi resiko	persepsi kepercayaan (X1) berpengaruh t penggunaan QRIS terlihat dari t hitung > t tabel persepsi kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS erhadap minat.	Jurnal Tabarru' :Islamic Banking and Finance Volume 6 Nomor 2, November 2023 p-ISSN 2621-6833 e-ISSN 2621-7465

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Digital Umkm Halal Kota Medan				
15.	Sebayang & Rahmawati (2023) Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Umkm Halal Kota Medan	Minat & Penggunaan	Preferensi, Persepsi, kemudahan, Gaya hidup, Persepsi resiko	kepercayaan (X1) berpengaruh t penggunaan QRIS terlihat dari t hitung > t tabel persepsi kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS erhadap minat.	Banking and Finance Volume 6 Nomor 2, November 2023 p-ISSN 2621-6833 e-ISSN 2621-7465

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Hubungan antara Preferensi Konsumen dengan Minat penggunaan QRIS

Preferensi konsumen adalah pengetahuan konsumen tentang QRIS sebagai alat pembayaran digital. Ini didasarkan pada berbagai alasan, seperti fakta bahwa QRIS dianggap mudah digunakan, dianggap aman untuk transaksi, dan bahwa QRIS menawarkan banyak manfaat atau tingkat risiko yang relatif rendah. Menurut (Pasaribu, 2022) Keinginan untuk sesuatu yang tetap, ketertarikan pada sesuatu, dan kepuasan karena telah memilikinya dapat disebut sebagai preferensi konsumen. Preferensi konsumen merupakan Karakteristik atau sikap pelanggan terhadap suatu barang dapat merupakan bagian dari preferensi pelanggan, yang dapat menghasilkan selera yang berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Nensi Audika Butarbutar & Lutfi Harris, 2019) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pembayaran non tunai. Fokus penelitian ini adalah preferensi konsumen layanan pembayaran non tunai apakah mereka lebih suka melakukan pembayaran dengan uang tunai atau melalui aplikasi pengiriman online. Jika pelanggan memilih pembayaran non tunai, minat mereka dalam menggunakan layanan ini akan meningkat.

2.2.2 Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Minat penggunaan QRIS

Persepsi seseorang tentang persepsi kemudahan menggunakan suatu sistem diukur pada tingkat di mana mereka percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tidak akan membutuhkan banyak usaha dan kesalahan. Seseorang tidak perlu mengeluarkan lebih banyak upaya untuk meningkatkan kinerjanya saat menggunakan teknologi yang lebih mudah digunakan. Karena kemudahan penggunaan sistem tidak membutuhkan kemampuan teknis yang tinggi. Menurut (Jogiyanto, 2007) Ketika seseorang menganggap suatu teknologi mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha, mereka memiliki persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu kemudahan yang dapat diperoleh konsumen adalah dapat digunakan dimanapun dan kapanpun serta mempermudah konsumen dalam melakukan berbagai macam transaksi non tunai. Dengan demikian, semakin mudah mereka merasakan dalam mengoperasikan QRIS.

Seperti yang ada dalam penelitian (Ningsih et al., 2021) menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan E-money. Hal ini diyakini karena semakin mudah suatu hal dilakukan, semakin banyak minat untuk

melakukannya. Jika pelanggan merasa suatu sistem mudah digunakan, mereka akan lebih cenderung menggunakannya. Berdasarkan penelitian (Rahmawati & Rosa, 2023) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, artinya semakin tinggi tingkat kemudahan maka semakin meningkat minat menggunakan.

2.2.3 Hubungan antara Gaya Hidup dengan Minat penggunaan QRIS

Dengan menggunakan QRIS, inovasi teknologi pembayaran modern telah membuat gaya hidup konsumen menjadi kebutuhan. Salah satu fitur modernisasi sistem pembayaran QRIS adalah bahwa semakin banyak mahasiswa yang menggunakannya karena mereka merasakan gaya hidup modern. Gaya hidup seseorang adalah ekspresi total dari identitasnya, yang dibentuk oleh budaya yang melekat padanya, serta keadaan dan pengalaman yang membentuknya. Gaya hidup adalah pola perilaku pribadi dan sosial yang menjadi ciri dari individu atau kelompok. Gaya hidup harus dianalisis dalam empat tingkatan: global, struktural atau nasional, posisi atau sub-budaya, dan individu. Oleh karena itu, mudah untuk mengidentifikasi gaya hidup suatu individu atau kelompok.

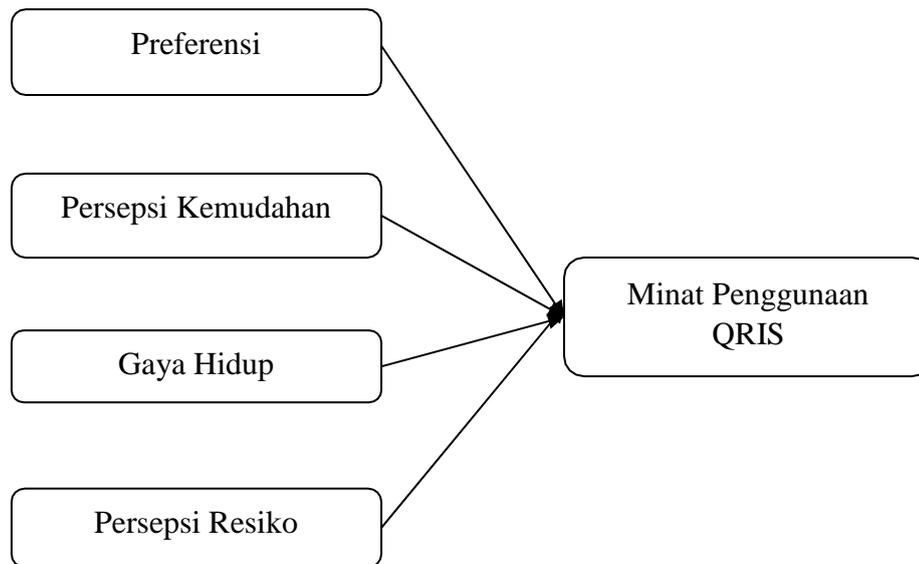
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Melisa Tania Putri, 2023) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Seiring berkembangnya zaman, seorang konsumen dapat menjalani gaya hidup yang lebih maju dan modern dari sebelumnya.

2.2.4 Hubungan antara Persepsi Resiko dengan Minat penggunaan QRIS

Karena banyaknya orang yang belum memahami sistem QRIS, persepsi risiko menyebabkan banyak orang menolak untuk menggunakannya. memunculkan

perspektif yang berbeda tentang risiko. Ada yang khawatir tentang kehilangan uang, waktu pengiriman, atau keamanan dan privasi. Konsumen dapat memilih untuk menghindari pembayaran dengan scan QR dan penggunaan atau mengurangi risiko dengan mencari dan mengevaluasi sistem QRIS alternatif untuk mengetahui resiko bahwa tidak akan mendapatkan kerugian dalam situasi apapun di mana mahasiswa memiliki minat untuk menggunakan QRIS tersebut. Semakin yakin mahasiswa bahwa menggunakan QRIS tidak akan mengakibatkan kerugian, semakin mereka menggunakannya dalam pembayaran.

Karena QRIS tidak memerlukan biaya yang signifikan dan Bank Indonesia menjamin keamanan sistem pembayaran QRIS saat digunakan, konsumen tidak perlu mempertimbangkan biaya yang terkait dengan penggunaan QRIS. Menurut penelitian yang dilakukan (Ningsih et al., 2021) Persepsi risiko berdampak positif pada minat menggunakan karena keyakinan yang timbul akan mengurangi risiko. Berdasarkan penelitian (Laloan et al., 2023) menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di lihatkan pada gambar 2.3 maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial Preferensi Konsumen, Persepsi Kemudahan, dan Gaya Hidup berpengaruh positif sedangkan Persepsi Resiko berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan QRIS.
2. Diduga secara bersama-sama terdapat Preferensi Konsumen, Persepsi Kemudahan, Gaya Hidup, dan Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS.