

**PENGARUH *TRUST*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PSIKOGRAFIS,
DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU BERTRANSAKSI
PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAM**

**(Studi Pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project*
Penerapan QRIS di Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

WULAN KHURNIA

1917201226

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wulan Khurnia
NIM : 1917201226
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Trust*, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam (Studi pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project* Penerapan QRIS di Banyumas).

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian - bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 05 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Wulan Khurnia

NIM. 1917201226



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH *TRUST*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PSIKOGRAFIS, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU BERTRANSAKSI
PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAM
(Studi pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project*
Penerapan QRIS di Banyumas)

Yang disusun oleh Saudara **Wulan Khurnia NIM. 1917201226** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **21 Juni 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Chandra Warsito, S.E., S.TP., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

Purwokerto, 27 Juni 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Tajul Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Wulan Khurnia 1917201226 yang berjudul:

Pengaruh *Trust*, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam (Studi pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project* Penerapan QRIS di Banyumas).

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 05 Juni 2023

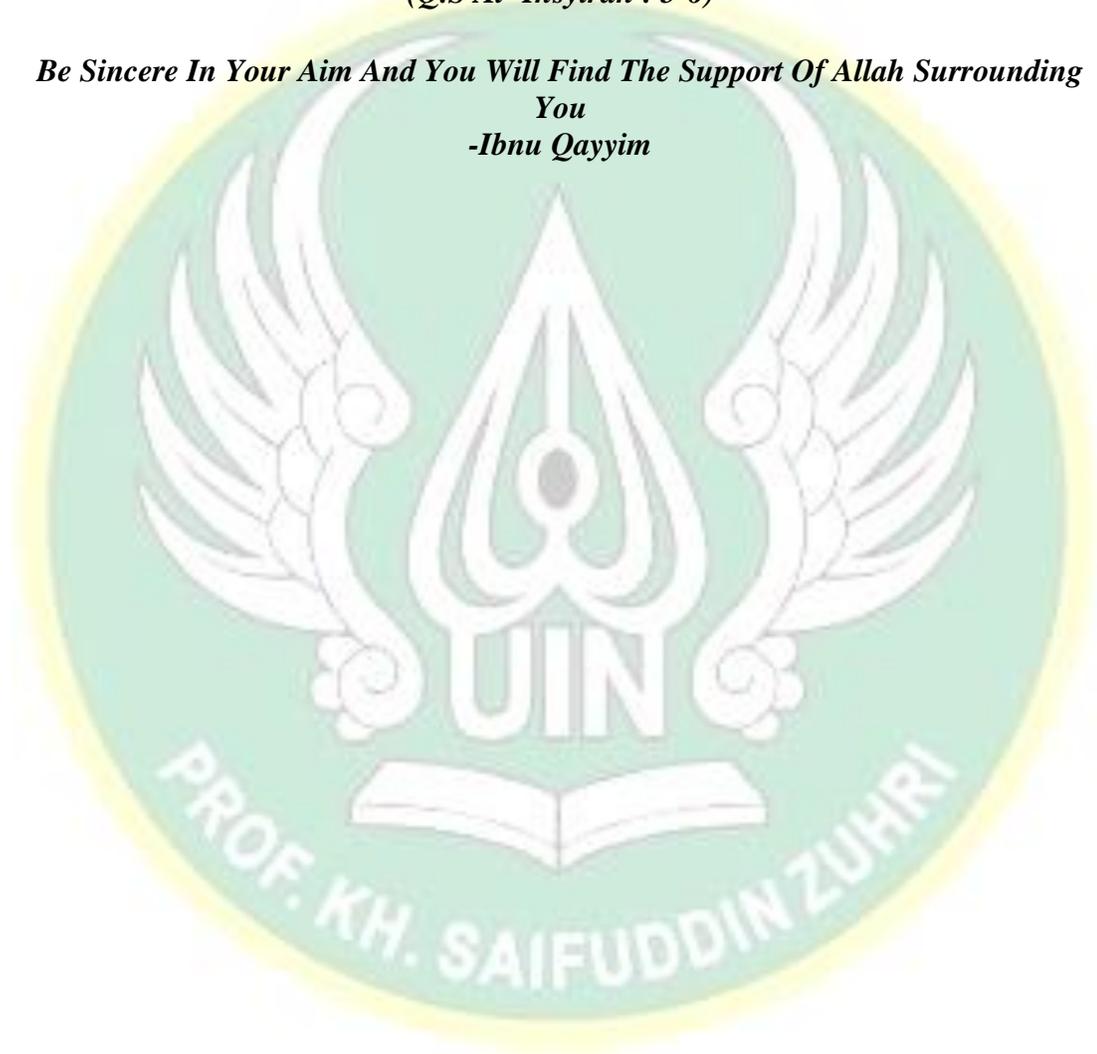
Pembimbing,


Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.
NIP. 197903232011011007

MOTTO

*Allah Tidak Mengatakan Hidup Ini Mudah.
Tetapi Allah Berjanji,
Bahwa Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan
(Q.S Al- Insyirah : 5-6)*

*Be Sincere In Your Aim And You Will Find The Support Of Allah Surrounding
You
-Ibnu Qayyim*



PENGARUH *TRUST*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PSIKOGRAFIS, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU BERTRANSAKSI PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAM

(Studi pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project* Penerapan QRIS di Banyumas)

Wulan Khurnia

1917201226

E-mail: 1917201226@mhs.uinsaizu.ac.id

**Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Adaptasi kebiasaan baru pasca pandemi membuat preferensi dan kebiasaan mayoritas masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran berubah secara bertahap. Transaksi nontunai mulai diberlakukan di pasar sebagai *pilot project* yang terus didorong oleh pemerintah untuk menerapkan pembayaran secara nontunai dengan harapan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional. Penggunaan QRIS sebagai alternatif pembayaran nontunai di pasar rakyat merupakan hal baru dan masih menjadi kekhawatiran dalam masyarakat lantaran masih banyak yang belum paham mekanisme operasional dan kemudahan penggunaannya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *trust*, kemudahan penggunaan, psikografis, dan literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi masyarakat di Pasar Manis Purwokerto yang ditinjau dari sisi perspektif konsumsi Islam.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung Pasar Manis Purwokerto yang pernah bertransaksi menggunakan QRIS. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 orang sebagai responden. Alat uji yang digunakan adalah SmartPLS 3.0 dengan metode analisis PLS-SEM (*Partial Least Squares-Structural Equation Modelling*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi. Psikografis berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi. Dan variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi. Sedangkan hipotesis yang ditolak yaitu kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi.

Kata Kunci: QRIS, Trust, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, Literasi Keuangan, Perilaku Bertransaksi

**THE INFLUENCE OF TRUST, EASE OF USE, PSYCHOGRAPHICS, AND
FINANCIAL LITERACY ON TRANSACTION BEHAVIOR FROM AN
ISLAMIC CONSUMPTION PERSPECTIVE**
(Study on Manis Purwokerto Market as a Pilot Project for QRIS Implementation in
Banyumas)

Wulan Khurnia
1917201226

E-mail: 1917201226@mhs.uinsaizu.ac.id

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business,
State Islamic University (UIN) Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The adaptation of new habits after the pandemic has gradually changed the preferences and habits of the majority of people when making payment transactions. Non-cash transactions began to be implemented in the market as a pilot project that continues to be encouraged by the government to implement non-cash payments in the hope of increasing the competitiveness of traditional markets. The use of QRIS as an alternative to non-cash payments in public markets is new and is still a concern in the community because many still do not understand the operational mechanism and ease of use. Therefore, the purpose of this study is to determine the effect of trust, ease of use, psychographics, and financial literacy on people's transaction behavior in Manis Purwokerto Market from an Islamic consumption perspective.

This research is quantitative, using primary data obtained from distributing questionnaires. The population in this study were consumers or visitors to Manis Purwokerto Market who had transacted using QRIS. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 100 people as respondents. The test tool used is SmartPLS 3.0 with the PLS-SEM (Partial Least Squares-Structural Equation Modeling) analysis method.

The results of this study indicate that trust affects transaction behavior. Psychographics affect transaction behavior. And financial literacy variables affect transaction behavior. While the rejected hypothesis is that ease of use has no effect on transaction behavior.

Keywords: QRIS, Trust, Ease of Use, Psychographics, Financial Literacy, Transaction Behavior

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata - kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	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	ħa	<u>H</u>	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	šad	<u>S</u>	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍ'ad	<u>D</u>	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	<u>T</u>	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	<u>Z</u>	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef

ق	qof	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'Iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata – kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakât al-fitṛ
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Fûrud

6. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	Aul
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan Apostrof

أنتم	Ditulis	A'antum
أعدت	Ditulis	U'iddat

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh *Trust*, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam (Studi pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project* Penerapan QRIS di Banyumas)” ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi S1 guna memperoleh gelar S.E dimana dalam pengerjaannya senantiasa diberikan kemudahan oleh-Nya.

Adapun dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Peneliti menyadari bahwa berkat kemudahan dan pertolongan Allah SWT dan dukungan doa serta bantuan dari berbagai pihak alhamdulillah akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih telah menghadirkan orang-orang baik di sekeliling peneliti. Dengan penuh rasa syukur peneliti hanturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Yoiz Sofwa Safrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal dengan penuh kesabaran sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Segenap Dosen, Staff, tata usaha dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Teristimewa kedua orang tua saya tercinta yakni Bapak Sobirin Diyo Nugroho dan Ibu Eni Riyanti yang selalu tiada hentinya mendoakan, memberi semangat, nasihat, dan arahan. Semoga selalu diberikan perlindungan dan kesehatan oleh Allah SWT.
11. Kakek tercinta H. Slamet Sonhari (Alm) yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti untuk terus belajar menempuh dan menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi. Serta Nenek Kaminah yang selalu memberikan semangat, nasihat, dan doa semoga senantiasa diberikan perlindungan dan kesehatan oleh Allah SWT.
12. Kakak tersayang Ridho Sudrajat dan Sutri Aniroh yang telah memberikan dukungan dan kerja kerasnya untuk adikmu ini. Semoga selalu diberikan perlindungan dan kesehatan oleh Allah SWT. Dan keponakan tercinta yakni Hanjar Purwito yang selalu menggemaskan setiap harinya dan selalu memberi warna dalam menyelesaikan studi.
13. Bank Indonesia Purwokerto yang telah memberikan beasiswa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik. Serta terima kasih atas kesempatan dan pengalaman yang luar biasa bergabung menjadi keluarga GenBI.
14. Sahabat tercinta dan seperjuangan, Siti Nur Syamsiyati, Anindita Febiyanti, Elsa Bela Kurnia, Afiffah Syauqi, Gina Damayanti yang selalu memberikan saran,

- motivasi, dan dukungan. Terima kasih telah menemani berproses bersama dan memberi warna di bangku perkuliahan.
15. Sahabat seperjuangan di hari- hari semester akhir, Siti Nur Laeli, Fatimah Rahayu, dan Tasbihatunnisa yang telah memberikan dukungan, motivasi, terima kasih telah menemani dalam perjalanan skripsi.
 16. Sahabat sejak SMA sekaligus saudariku Melati yang selalu mendoakan dan terima kasih telah menjadi sahabat yang baik.
 17. Keluarga besar Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto 2021/2022 & 2022/2023 sebagai wadah untuk berprogres dan berproses, mengembangkan potensi dan relasi. Terima kasih telah memberikan warna dan pengalaman yang luar biasa bersama Bank Indonesia.
 18. Keluarga besar Ekonomi Syariah A 2019 yang telah kebersamai dan berproses selama di bangku perkuliahan. Semoga kelak kita menjadi orang yang sukses dunia & akhirat.
 19. Teman- Teman KKN kelompok 20 Desa Kalicupak Kidul yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan.
 20. Kepada tempat penelitian yang telah memberikan izin, kesempatan, dan arahan dalam proses penelitian skripsi yakni Pasar Manis Purwokerto.
 21. Bapak dan Ibu kost Haiyun serta teman kost seperjuangan yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
 22. Pengasuh, Dewan asatidz, dan teman- teman Pondok Pesantren Manbaul Husna yang mengajarkan keseimbangan hidup dalam beraktivitas agar mendapatkan berkah di setiap langkahnya.
 23. Kepada Responden dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
 24. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me never quitting, I wanna thank me for just being me all time.* “Teruslah melangkah jangan takut dan ragu, Allah pasti menyertaimu hingga akhir”.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan nikmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dan semoga skripsi yang peneliti selesaikan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semua pihak yang membaca.

Purwokerto, 05 Juni 2023



Wulan Khurnia

NIM. 1917201226



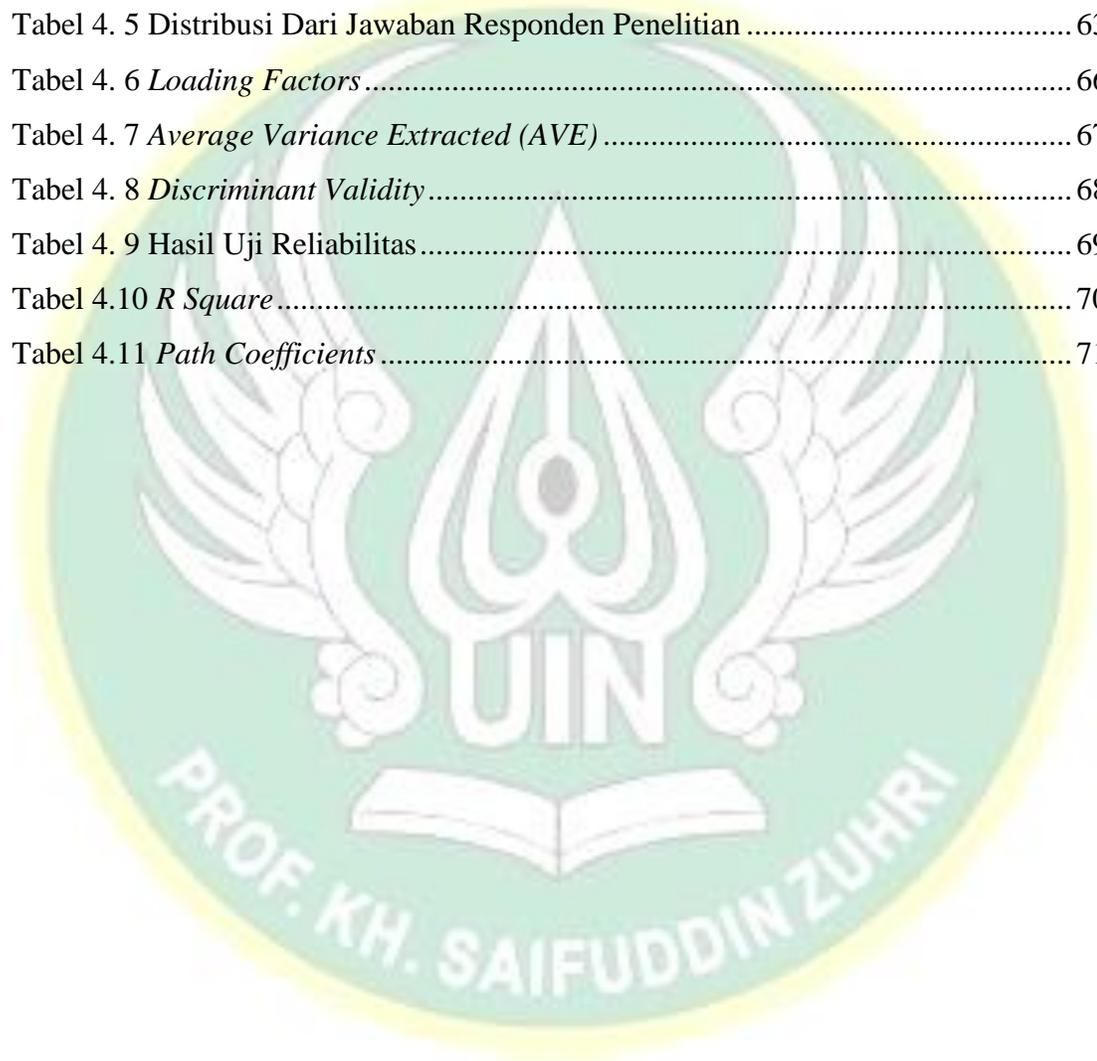
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kajian Teori	13
1. Theory Of Planned Behavior	13
2. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	15
3. Sistem Pembayaran	17
4. <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS)	18
5. <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	22
6. Kemudahan Penggunaan.....	23
7. Psikografis.....	25

8. Literasi Keuangan	27
9. Perilaku Bertransaksi	28
10. Konsumsi dalam Perspektif Islam	30
B. Landasan Teologis	32
C. Penelitian Terdahulu	34
D. Kerangka Penelitian	41
E. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian	45
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	47
1. Variabel Penelitian.....	47
2. Indikator Penelitian.....	48
E. Pengumpulan Data Penelitian	49
1. Sumber Data	49
2. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum	54
B. Karakteristik Responden	58
C. Distribusi Tanggapan Responden	63
D. Hasil Penelitian	65
E. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	xxi

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan QRIS.....	63
Tabel 4. 5 Distribusi Dari Jawaban Responden Penelitian	63
Tabel 4. 6 <i>Loading Factors</i>	66
Tabel 4. 7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4. 8 <i>Discriminant Validity</i>	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.10 <i>R Square</i>	70
Tabel 4.11 <i>Path Coefficients</i>	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Uang Elektronik di Indonesia	2
Gambar 1.2 Volume & Nominal Transaksi QRIS	6
Gambar 2.1 Model Theory Of Planned Behavior	14
Gambar 2. 2 Adopsi TAM Dalam Penelitian.....	16
Gambar 2.3 QRIS Statis.....	20
Gambar 2. 4 QRIS Dinamis	20
Gambar 2. 5 QRIS CPM	21
Gambar 2. 6 Model Kerangka Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Pasar Manis Purwokerto	56
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi (Pasar Manis Purwokerto).....	58
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata- Rata Penghasilan.....	61
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	62
Gambar 4. 6 Model Penelitian	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Uji Validitas Konvergen
- Lampiran 4 : Uji Validitas Diskriminan
- Lampiran 5 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Model Struktural
- Lampiran 7 : Uji Signifikansi
- Lampiran 8 : Struktural Model Penelitian
- Lampiran 9 : PLS Algorithm
- Lampiran 10 : Bootstrapping
- Lampiran 11 : Distribusi Kuesioner
- Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

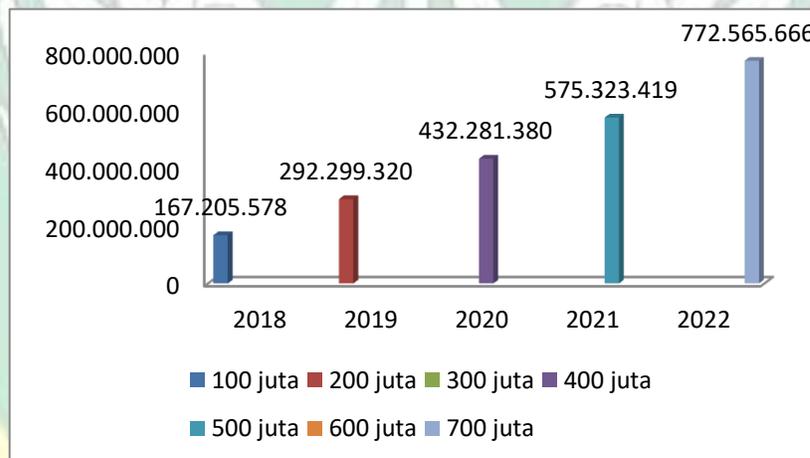
Perekonomian suatu bangsa sangat bergantung pada sistem pembayarannya. Perekonomian bangsa akan berjalan secara efisien dengan sistem pembayaran yang lancar. Sektor keuangan adalah salah satu industri yang telah berubah sebagai akibat dari kemajuan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi ini memberikan pengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran yang ada. Kemajuan teknologi informasi sangat membantu masyarakat, memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas dan memengaruhi perilaku masyarakat. Menciptakan ekosistem baru, yakni *cashless society* yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat mengubah kebiasaan transaksi dari tunai menjadi nontunai karena dianggap lebih praktis, cepat, dan sederhana. Tidak hanya itu, masyarakat tidak lagi diharuskan membawa banyak uang tunai saat bepergian karena ada banyak uang elektronik yang beredar, dompet digital dan kartu debit yang kini banyak digunakan oleh nasabah bank dengan penawaran menarik seperti adanya *cashback*, diskon, dan lain sebagainya (OJK, 2022).

Revolusi digital tidak bisa dihindari dari kehidupan era digital saat ini sehingga memengaruhi dan mengubah berbagai agen ekonomi dalam bertransaksi. Masa pandemi covid-19 telah memaksa seluruh lapisan untuk memanfaatkan layanan digital. *Financial technology (FinTech)* juga telah berkembang begitu cepat di Indonesia seiring perubahan menuju digital. Mayoritas masyarakat Indonesia yang tinggal di kota-kota kecil masih banyak yang bertransaksi menggunakan uang tunai atau uang kertas. Namun di era modern, dengan adanya kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran, secara bertahap teknologi mulai merambah ke kota-kota kecil. Demikian dengan sistem pembayarannya mulai beralih secara bertahap ke pembayaran nontunai yang dianggap lebih mudah, efektif, efisien, dan aman guna mengurangi penggunaan

kertas dengan cara menggunakan sistem pembayaran digital yaitu *e-money* (Liliani, 2020).

Uang elektronik, yang sering dikenal sebagai *e-money* adalah jenis pembayaran elektronik yang nilai uangnya disimpan dalam media elektronik. Sebelum digunakan untuk bertransaksi, pengguna harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu ke penerbit dan menyimpannya di media elektronik. *Chip atau server* adalah media elektronik yang dapat digunakan untuk menyimpan nilai uang elektronik. Penggunaan berbagai macam kartu kredit, debit, *mobile banking*, dan *e-wallet* kini sudah dapat dijumpai di kota besar maupun kota kecil di Indonesia bersamaan dengan pemerataan teknologi dan jaringan internet di daerah (Andriani et al., 2022).

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Uang Elektronik di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia, 2022

Berdasarkan data dari Bank Indonesia tahun 2022, jumlah uang elektronik yang telah beredar mencapai 772,57 juta unit di bulan November 2022. Dan meningkat sebesar 34,28 % . Peningkatan ini seiring dengan inovasi dan fasilitas perbankan yang terus mendukung transaksi nontunai serta permintaan dan preferensi dari masyarakat yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Salah satu inisiatif yang dimulai oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 untuk

menggalakkan penggunaan metode pembayaran non-tunai adalah kampanye *Less Cash Society (LCS)*, yang juga dikenal sebagai Gerakan Nasional Nontunai (GNNT) (Rif'ah, 2019).

Seiring dengan meningkatnya preferensi masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari baik secara langsung maupun *online* dan kemudahan sistem pembayaran digital modern, transaksi nontunai kini berkembang pesat. Dengan meningkatnya pertumbuhan uang elektronik atau pembayaran nontunai, Bank Indonesia (BI) memproyeksikan pada tahun 2025 akan berfokus pada keuangan digital yang diantaranya adalah digitalisasi perbankan. Kebutuhan masyarakat akan metode pembayaran yang lebih efektif, praktis, dan nyaman dalam bertransaksi kini mendorong pertumbuhan pembayaran nontunai serta inovasi industri perbankan. Melalui Bank Indonesia, pemerintah mengeluarkan kode QR nasional yakni QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Inovasi ini merupakan bentuk nyata dukungan pemerintah terhadap pengembangan manfaat nontunai (Andriani et al., 2022). Per 1 Januari 2020, semua perusahaan yang menawarkan layanan pembayaran non-tunai harus beralih ke sistem QRIS sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 21/18/PADG/2019 tentang penggunaan standar internasional QRIS sebagai pembayaran.

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah kode standar sistem pembayaran berbasis kode QR yang menggabungkan beberapa kode QR dari berbagai penyedia pembayaran elektronik. Tujuan sistem ini adalah untuk membaca semua kode dari aplikasi uang elektronik Indonesia, mencegah peredaran uang palsu, dan mempermudah pemantauan serta analisis keuangan bisnis. Supaya pembayaran nontunai menjadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator dari satu pintu (Carera et al., 2022). Dalam rangka mempermudah pembayaran, QRIS dapat digunakan pada aplikasi pembayaran atau *e-wallet* yang telah dimuat di *smartphone* dan terhubung dengan koneksi internet sehingga memungkinkan penggunaan uang elektronik untuk

bertransaksi. Aplikasi pembayaran yang dimaksud adalah *e-wallet* berbasis server (dari penerbit perbankan maupun non perbankan) yang memiliki izin dari Bank Indonesia. QRIS dapat digunakan untuk berbagai proses pembayaran, termasuk yang melibatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Manfaat penerapan transaksi nontunai dengan menggunakan QRIS ini memberikan keuntungan bagi konsumen, di samping mendorong perekonomian negara juga akan mengefisienkan waktu dalam bertransaksi dan penurunan kejahatan menyangkut uang tunai serta dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha (Bank Indonesia, 2023).

Manfaat penggunaan QRIS yang ada, secara tidak langsung menyebabkan perubahan perilaku transaksi konsumen. Dampak yang muncul dalam penggunaannya adalah pengguna yang semakin menyukai transaksi nontunai, sehingga volume transaksi meningkat. Namun di samping itu, hal ini menjadi *trend* yang berkembang dalam masyarakat sebagai gaya hidup yang kemudian dapat meningkatkan pengeluaran konsumsi dalam masyarakat (Anggreini & Qomar, 2021). Manfaat dari penggunaan nontunai menarik minat dan membuat masyarakat terus menggunakannya. Perilaku tersebut sejalan dengan konsep ekonomi yang menjelaskan bahwa tujuan dari konsumsi yang dilakukan konsumen adalah untuk memaksimalkan total utilitas yang dimiliki.

Masyarakat yang suka bertransaksi dengan nontunai cenderung ingin memperoleh manfaat sebesar-besarnya dengan mengabaikan konsekuensi yang terjadi di depannya. Keinginan untuk memperoleh keuntungan lewat kemudahan dan promo secara tidak langsung akan menjadikan efek boros jika penggunanya tidak dapat melakukan pengelolaan keuangan yang baik. Dalam Islam, ketika manusia akan memenuhi kebutuhan dasar, sekunder, dan tersier, hendaknya mereka melakukannya dengan niat untuk beribadah kepada Allah dengan mematuhi aturan-aturan doktrin Islam, seperti tidak boros atau mubazir, membelanjakan uang secara sederhana dan hemat, dan tidak kikir. Konsumsi yang berlebihan, menurut pendapat Monzer Kahf, sama dengan istilah *israf*

(pemborosan), *tabzir* (berlebih-lebihan), dan *tarf* (bermewah-mewahan) yang merujuk pada pemborosan dan menghambur- hamburkan tanpa guna (Anggreini & Qomar, 2021). Sebagaimana dalam Q.S Al Furqan: 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

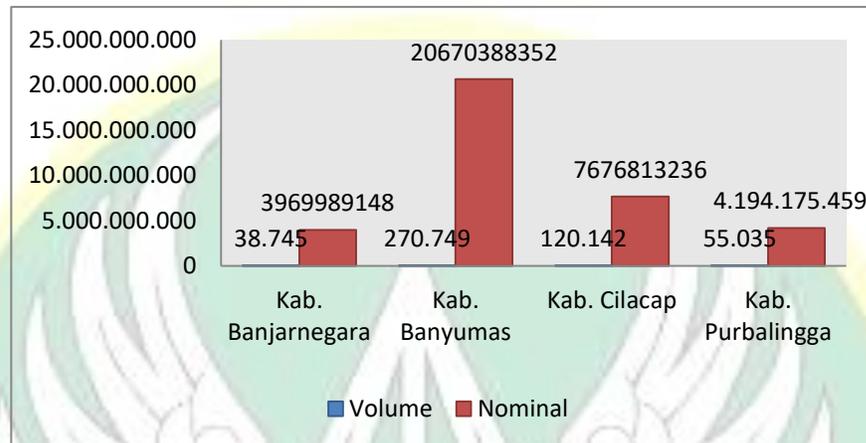
Artinya: “ Dan orang- orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih- lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah- tengah antara yang demikian”.

Dalam kaitannya dengan konsumsi, QRIS telah mendukung pembayaran dari penyelenggara bank maupun non bank yang digunakan dalam masyarakat. Sistem pembayaran melalui QRIS ini tidak hanya bisa dilakukan di mal atau pusat perbelanjaan besar saja tetapi dapat juga digunakan di warung, tempat wisata, untuk berdonasi, bahkan pasar rakyat atau pasar tradisional pun bisa apabila sudah siap terpasang logo QRIS. Pasar tradisional atau pasar rakyat ini dapat memakai QRIS untuk sistem pembayarannya hal ini pun menjadi harapan dan target Bank Indonesia (Permatasari et al., 2022). Tentunya transaksi nontunai ini juga diberlakukan di pasar sebagai *pilot project* yang terus didorong oleh pemerintah untuk menerapkan pembayaran secara nontunai agar dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern yang semakin berkembang. Terlebih dengan banyaknya pemerintah daerah yang mengukung konsep *smartcity* maka transaksi nontunai sangat layak dan tepat untuk dikembangkan di daerah- daerah (Sriekaningsih, 2020).

Transisi Kabupaten Banyumas menuju digitalisasi didorong oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Purwokerto sekaligus untuk memaksimalkan pendapatan daerah, Kabupaten Banyumas melakukan proyek percontohan digitalisasi transaksi pembayaran nontunai. Pemerintah Daerah bersama dengan KPw Bank Indonesia Purwokerto memilih Pasar Manis sebagai tempat uji coba atau *pilot project* pembayaran nontunai dengan implementasi QRIS. Menurut (Febrinda & Ningsih, 2022) sistem pembayaran nontunai yang

diimplementasikan di pasar rakyat dinilai berpotensi meningkatkan pasar dan perekonomian masyarakat mengingat kemajuan teknologi dan adanya perubahan perilaku konsumen terlebih dalam menghadapi pandemi.

Gambar 1.2 Volume & Nominal Transaksi QRIS Eks Karesidenan Banyumas (Desember 2022)



Sumber: KPw Bank Indonesia Purwokerto, 2022

Berdasarkan gambar tersebut diketahui bahwa volume dan nilai transaksi menggunakan QRIS didominasi oleh Kabupaten Banyumas sebagai pusat perekonomian Se-Eks Karesidenan Banyumas sekaligus menempati peringkat pertama jumlah merchant terbanyak di Eks Karesidenan Banyumas hal tersebut ditunjang pula oleh fasilitas dan sarana untuk mempermudah kegiatan ekonomi seperti pasar rakyat yang disediakan QRIS untuk alternatif pilihan pembayaran.

Pasar Manis dipilih oleh Bank Indonesia Purwokerto bersama dengan pemerintah daerah karena merupakan pasar rakyat yang memiliki prestasi dan merupakan pasar yang mendapat penghargaan sebagai pengelolaan pasar tradisional terbaik di Indonesia dari Kementerian Perdagangan (Kemendag). Pasar Manis Purwokerto dinilai sebagai pasar rakyat yang paling memenuhi kualifikasi S.I.A.P QRIS (Sehat, Inovatif, dan Aman Pakai) dan diharapkan sukses untuk *pilot project* implementasinya. Hal tersebut didukung dengan

adanya 174 kios dan los serta 26 pedagang kaki lima yang sudah menyediakan QRIS untuk pembayaran nontunai (Lestari, 2022).

Adaptasi kebiasaan baru pada saat pandemi menuju pasca pandemi membuat preferensi dan kebiasaan mayoritas masyarakat dalam melakukan pembayaran berubah secara bertahap ketika bertransaksi. Begitupun dengan pasar rakyat juga mengikuti perubahan yang ada, agar tidak tertinggal dan mampu meningkatkan daya saing dalam kondisi perdagangan saat ini. Meskipun begitu penerapan QRIS sebagai alternatif pembayaran nontunai masih menjadi sesuatu yang baru dalam masyarakat terlebih lagi diterapkan di pasar rakyat kota kecil. Untuk itu memerlukan penyesuaian dalam penggunaan layanan atau produk. Kondisi ini menjadi tantangan dan kendala dalam kesiapan pasar rakyat dalam menerapkan sistem pembayaran nontunai baik dari sisi pengelola pasar, pedagang maupun masyarakat untuk mengimplementasikannya (Febrinda & Ningsih, 2022).

Penggunaan kode QR sebagai alternatif pembayaran nontunai di pasar rakyat masih menjadi kekhawatiran lantaran masih banyak masyarakat yang belum paham dengan mekanisme operasional dan kemudahan penggunaannya karena masih baru dan memerlukan penyesuaian. Di samping itu banyaknya kasus penipuan dan modus kejahatan pembayaran nontunai dalam masyarakat bahkan kebocoran atau penyebaran data pribadi membuat masyarakat khawatir. Keamanan pembayaran nontunai masih diragukan dalam penggunaannya karena banyaknya kasus kejahatan yang menyangkut teknologi informasi seperti *skimming*, *phising*, dan *malware*. *Skimming* yakni kejahatan mencuri data nasabah dengan adanya perekam di mesin EDC atau mesin untuk scan. *Phising* merupakan kejahatan yang tujuannya untuk mendapat informasi seperti *user id* dan *password* dari pengguna. Kemudian *malware* yakni sebuah kode scan atau aplikasi yang sengaja dibuat untuk tindak kejahatan (Hinati, 2019). Hal tersebut menjadi kendala dan menunjukkan bahwa masyarakat masih belum sepenuhnya mempercayai keamanan penggunaan QRIS sebagai pembayaran nontunai, belum merasakan kemudahan penggunaan, psikografis pengguna yang belum familiar

dengan teknologi pembayaran nontunai, serta masih kurangnya literasi keuangan dari penggunanya.

Kepercayaan menurut Leninkumar (dalam Attar et al., 2020) diartikan sebagai ide, emosi, atau tindakan yang muncul ketika konsumen percaya bahwa penyedia layanan dapat dipercaya untuk beroperasi demi kepentingan terbaik ketika mereka mengontrol secara langsung. Sistem teknologi pembayaran nontunai yang semakin kompleks menunjukkan bahwa penggunanya memiliki kepercayaan untuk menggunakan. Konsumen memiliki alasan untuk tetap memanfaatkan alat pembayaran nontunai untuk kebutuhan transaksinya karena mereka merasa percaya saat menggunakannya untuk bertransaksi.

Kemudahan menurut (Kamil, 2020) adalah gagasan bahwa ketika menggunakan sebuah sistem, seseorang bebas dari pengerahan tenaga atau usaha. Akibatnya, pengguna akan memilih untuk menggunakan suatu teknologi jika menurut mereka teknologi tersebut mudah digunakan. Oleh karena itu, faktor kemudahan ini menunjukkan bahwa sebuah sistem dirancang untuk membuat hidup penggunanya lebih mudah, bukan mempersulitnya. Oleh karena itu, menggunakan sistem membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dibandingkan dengan menggunakan sesuatu secara manual.

Psikografis merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen berdasarkan karakteristik psikologis yang dianggap berperan dalam pengambilan keputusan konsumen ketika memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Psikografis sebagai suatu riset kepada konsumen dalam kehidupan mereka, baik menyangkut pekerjaan maupun aktivitas. Psikografis artinya menggambarkan (*graph*) dan psikologis konsumen (*psycho*). Psikografis merupakan pengukuran AIO (*activity, interest, opinion*) yakni mengukur terkait dengan aktivitas, minat atau ketertarikan dan pendapat konsumen mengenai suatu produk atau jasa (Yuliana et al., 2020).

Selain itu, faktor literasi keuangan penting diterapkan dalam penggunaan pembayaran nontunai. Literasi keuangan digambarkan sebagai pengetahuan,

kemampuan, dan pemahaman dalam mengelola dana yang mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan secara tepat dan bijak dalam pemilihan alat pembayaran didukung oleh pengetahuan dari literasi keuangan yang baik. Hal ini dapat mempengaruhi orang untuk membuat literasi keuangan yang bijak di masa depan, jika dibekali hal itu maka mereka dapat mendiskusikan masalah keuangan dan menetapkan prioritas. Menggunakan uang elektronik sesuai kebutuhan, meningkatkan kesejahteraan, membuat rencana keuangan, dan menghindari potensi masalah keuangan di masa depan (Giriani & Susanti, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kurnianingsih & Maharani, 2020) dengan judul *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah* diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* di Jawa Tengah. Sedangkan untuk kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Namun dalam penelitian (Juan & Indrawati, 2023) *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS* diketahui bahwa faktor kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran bagi masyarakat Surabaya Timur dan Surabaya Barat. Sedangkan kemudahan penggunaan dalam penelitian tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran bagi masyarakat Surabaya Timur dan Surabaya Barat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Eka Muttasari & Lukiastuti, 2020) *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup (Psikografis) terhadap Cashless Transaction Behavior (Studi pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora)* diketahui bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup (psikografis) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *cashless transaction behavior* pada karyawan.

Dari fenomena dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Trust*, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam (Studi Pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project* QRIS di Kabupaten Banyumas)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *trust* berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto?
3. Apakah psikografis berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *trust* terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto.
2. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto.
3. Mengetahui pengaruh psikografis terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto.
4. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pola pikir ilmiah atau pemahaman tentang sistem pembayaran dan uang elektronik, serta untuk kepentingan dan pengembangan wawasan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam kajian penelitian lainnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media untuk mengukur respon masyarakat atau untuk mengevaluasi kebijakan dan inovasi yang dikeluarkan efektif dan berhasil diterapkan atau masih memerlukan pembahasan. Sebagai bahan untuk pengembangan bagi penerbit layanan keuangan dan sebagai sumber informasi untuk merumuskan strategi pengembangan kebijakan yang kompatibel serta dapat memberikan manfaat. Sehingga diharapkan agar masyarakat semakin paham dengan adanya sistem pembayaran nasional yang ada.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika ini merupakan metode pengorganisasian penulisan skripsi agar isinya lebih mudah dipahami. Peneliti membagi penulisan ini ke dalam lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tinjauan pustaka yang mencakup tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang dikutip ketika membahas temuan-temuan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, objek dan subjek penelitian, metode pengumpulan data, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang pengujian ada atau tidaknya pengaruh *trust*, kemudahan penggunaan, psikografis, dan literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam pada Pasar Manis Purwokerto sebagai proyek percontohan penggunaan QRIS di Banyumas.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan temuan penelitian disajikan secara singkat dalam bab ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Theory Of Planned Behavior*

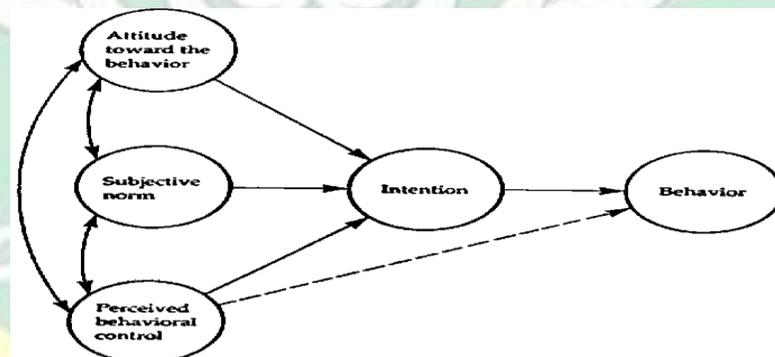
Theory of planned behavior (TPB) merupakan perluasan dan pengembangan dari hasil pemikiran atas tindakan beralasan (TRA atau *Theory of Reasoned Action*). Dimana dalam TPB ini dikembangkan untuk menguraikan terkait indikator- indikator yang mempengaruhi bagaimana orang berperilaku. Perilaku individu dipengaruhi oleh tujuan individu (*behavior intention*) terhadap aktivitas tertentu. Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah perilaku berkembang sebagai hasil dari tujuan perilaku. Niat perilaku digambarkan sebagai respons atau kemauan seseorang untuk menunjukkan suatu tindakan atau perilaku (Armitage & Christian, 2004). Tiga indikator yang mempengaruhi terhadap niat perilaku yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap perilaku : Ajzen (dalam Indrawati, 2017).

- a. Sikap seseorang terhadap perilaku, yaitu keyakinan mereka terhadap hasil dari sebuah perilaku, dan niat mereka untuk mengevaluasi kembali hasil tersebut. Seseorang akan lebih cenderung melakukan sesuatu jika itu positif untuk diterapkan sebagai perilaku dalam kehidupannya.
- b. Norma subjektif, yang meliputi persepsi terhadap norma sosial dan dorongan untuk memenuhi norma-norma tersebut. Seseorang akan melakukan suatu perilaku tertentu apabila perilaku tersebut diterima oleh orang lain yang berperan penting dalam kehidupannya. Norma subjektif menjelaskan bagaimana seorang konsumen yakin terhadap pendapat kelompok dan bagaimana konsumen termotivasi untuk mengikuti pendapat kelompok tersebut. Kelompok yang dimaksud bisa

berarti saudara, orang tua, teman, media sosial dan *trend* yang berkembang di masyarakat (Sulasih et al., 2021).

- c. *Perceived behavioral control*, yaitu keyakinan tentang adanya hal-hal yang mendukung atau menghambat suatu perilaku yang akan ditampilkan dan kesannya terhadap seberapa kuat hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku tersebut. Seorang individu ketika berperilaku, dia tidak bebas tanpa batas berperilaku melainkan ada yang mengontrolnya (Indrawati, 2017). Kontrol perilaku oleh seseorang ini ditentukan oleh faktor internal dan eksternal. Dalam faktor internal ditentukan dari keterampilan, kemauan, informasi, dan lainnya yang berasal dari dalam diri. Sedangkan faktor eksternal ini ditentukan dari lingkungan sekeliling orang tersebut. Kontrol keperilakuan yang dirasakan seseorang yaitu berhubungan dengan mudah atau sulitnya dalam melakukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu disamping halangan atau hambatan yang terantisipasi.

Gambar 2.1 Model Theory Of Planned Behavior



Sumber: Ajzen, 1991

Dari model tersebut menggambarkan bahwa TPB dimulai dengan berfokus pada niat perilaku sebagai variabel pertama yang mempengaruhi dari sebuah perilaku. Menurut teori ini, kemungkinan seseorang untuk berhasil dalam melakukan suatu tindakan bergantung pada seberapa kuat niat mereka untuk melakukannya. Niat adalah variabel yang memediasi

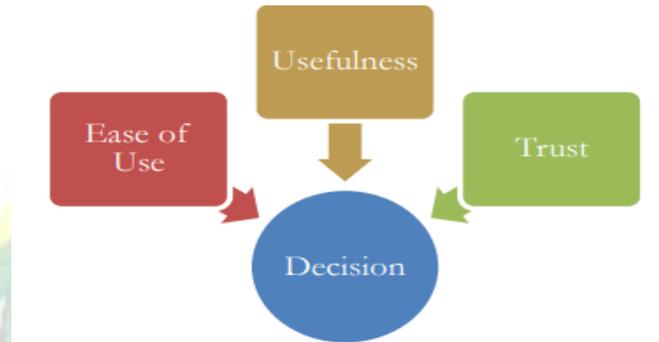
dan mempengaruhi bagaimana sistem dan variabel lainnya. Dalam model, panah yang tidak terputus menunjukkan bagaimana variabel sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dimediasi oleh minat atau niat dan secara tidak langsung berhubungan dengan perilaku. Namun, hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan perilaku dapat dihubungkan secara langsung tanpa dimediasi oleh niat berperilaku, seperti yang ditunjukkan oleh panah yang terputus (Ajzen, 2020).

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu teori perilaku yang menjelaskan bagaimana pendekatan orang dalam menggunakan teknologi informasi merupakan definisi dari TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut F. D. Davis (1989), TAM menggambarkan bagaimana orang menerima dan menggunakan teknologi informasi. TAM digunakan untuk mengukur mengapa sikap dan kepercayaan konsumen dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi (Indrawati, 2017). Model yang dibuat oleh (Davis, 1989) ini merupakan pengembangan dari teori-teori sebelumnya, khususnya TRA dan TPB. Tujuan dari TAM adalah untuk memperjelas variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku pengguna sehubungan dengan penerimaan teknologi. Menurut teori ini, persepsi kegunaan (*perceived utility*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan dua faktor kunci yang mempengaruhi kegunaan suatu sistem. *Technology Acceptance Model (TAM)*, gagasan adalah untuk mengukur kegunaan dan nilai yang dirasakan sebagai keyakinan seseorang dalam menggunakan teknologi baru. Gagasan individu memengaruhi sikap mereka terhadap penggunaan, yang pada gilirannya memengaruhi niat mereka untuk menggunakan teknologi baru. Menurut (Davis, 1989), persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh

mana seseorang berpikir bahwa menggunakan sistem tidak membutuhkan banyak usaha.

Gambar 2. 2 Adopsi TAM Dalam Penelitian



Sumber: Waluyo, 2022

Dalam penelitian F. Davis, 1989 (dalam Waluyo, 2022) persepsi kegunaan ialah bentuk keyakinan seseorang terkait penggunaan atas suatu sistem atau produk tertentu yang dapat meningkatkan efektivitas kerjanya. Adapun indikator-indikator yang dapat mengukur persepsi kegunaan yakni jika sistem atau produk dapat meningkatkan efektivitas kinerja, bermanfaat, cepat dan hemat waktu. Persepsi juga dapat diartikan sebagai persepsi manfaat untuk mengukur kepercayaan terhadap teknologi. Selain itu, persepsi kegunaan menggambarkan opini individu atau pengguna bahwa penggunaan sistem teknologi baru dapat berguna dan dapat memberikan prediksi pola keputusan yang dapat diandalkan. Teori psikologis perilaku pengguna teknologi informasi yang didasari oleh kepercayaan terhadap penggunaan teknologi ini tidak terlepas dari model TAM ketika mempelajari adopsi teknologi untuk transaksi nontunai. Sehingga kepercayaan dan keyakinan bank terhadap pengguna dapat mendukung peningkatan produktivitas dan kinerja pengguna selama menggunakan transaksi nontunai (Wardani, 2021).

3. Sistem Pembayaran

Konsep sistem pembayaran merupakan metode, hukum, kriteria, dan alat yang digunakan ketika dua pihak hendak melaksanakan kewajiban dengan menukarkan uang. Meskipun memiliki tujuan yang jelas, sistem pembayaran berubah seiring waktu. Setiap sistem pembayaran berbeda karena variasi keadaan masing-masing negara (ukuran, sistem hukum, praktik bisnis, komunikasi, infrastruktur, dan fase pengembangan kelembagaan). Oleh karena itu, tidak mungkin untuk menjadikan sistem pembayaran suatu negara sebagai satu-satunya contoh yang harus diikuti oleh negara-negara lainnya (Listfield & Montes-Negret, 1994).

Menurut Bank Indonesia, sistem pembayaran berhubungan dengan transaksi antara dua pihak di mana sejumlah uang dikirim ke masing-masing pihak. Ketika uang diberikan dan diterima untuk memenuhi kewajiban keuangan yang dihasilkan dari aktivitas ekonomi, seperti ketika komoditas atau jasa dipertukarkan dengan uang tunai. Sistem pembayaran terus berkembang seiring dengan perkembangan uang dan didorong oleh tiga faktor: inovasi perusahaan dan teknologi, adat istiadat setempat, dan peraturan pemerintah. Sistem barter antara produk yang diperdagangkan menandai dimulainya metode pembayaran. Masalah baru muncul ketika dua pihak yang ingin menukarkan barang tidak dapat menyepakati nilai perdagangan atau ketika satu pihak tidak benar-benar membutuhkan komoditas pihak lain. Kemudian transaksi mulai dilakukan dengan menggunakan uang kertas. (Bank Indonesia, 2023).

Sistem pembayaran di Indonesia mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat. Dari metode pembayaran berbasis uang tunai hingga metode pembayaran non-tunai seperti metode pembayaran berbasis kertas seperti cek dan bilyet giro yang diproses melalui mekanisme kliring, alat pembayaran masih terus berkembang. Selain itu, terdapat metode pembayaran tanpa kertas atau *cashless* yang diakui, termasuk transfer dana elektronik dan metode

pembayaran menggunakan kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, dan kartu prabayar (berbasis kartu). Sepuluh tahun terakhir ini telah terjadi lonjakan digitalisasi yang masuk ke dalam masyarakat dan mengubah perilaku masyarakat secara fundamental. Ketersediaan uang elektronik berbasis kartu (*chip*) dan berbasis *server* telah meningkatkan variasi metode pembayaran (Bank Indonesia, 2023).

4. ***Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)***

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

Quick response code Indonesian standard (QRIS) merupakan penggabungan beberapa QR dari Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang berbeda. Untuk sistem pembayaran Indonesia, Bank Indonesia dan ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) mengembangkan standar kode QR pembayaran QRIS. Diharapkan QRIS akan mempercepat inklusi keuangan Indonesia, memajukan UMKM, dan pada akhirnya memacu pertumbuhan ekonomi dengan menurunkan biaya atau meningkatkan efisiensi transaksi pembayaran (Sriekaningsih, 2020).

Transaksi QRIS menggunakan sumber dana berupa setoran dan/atau alat pembayaran berupa kartu debit, kartu kredit, dan/atau uang elektronik yang menggunakan media penyimpanan berbasis server. Sepuluh juta rupiah (Rp10.000.000,00) adalah maksimum nominal transaksi QRIS per transaksi. Seluruh provinsi di Indonesia dan hampir seluruh kabupaten kotamadya di Indonesia hingga saat ini telah memiliki akses ke QRIS. Usaha kecil telah menggunakan QRIS di berbagai tempat, termasuk pasar rakyat, pusat perbelanjaan, perguruan tinggi, sekolah, dan tempat ibadah. QRIS juga telah digunakan untuk biaya parkir, retribusi pemerintah daerah, dan jenis biaya lainnya di tempat wisata. QRIS memiliki karakteristik UNGGUL yakni: (Bank Indonesia, 2022)

- 1) Universal: Masyarakat tidak perlu memiliki berbagai aplikasi pembayaran karena QRIS dapat menerima pembayaran dari aplikasi apa pun yang menerima kode QR untuk pembayaran.
- 2) Gampang: Pengguna cukup men-*scan* dan klik bayar. *Merchant* hanya perlu menyediakan satu QRIS yang dapat digunakan untuk scan dengan aplikasi pembayaran QR apapun, mereka tidak perlu menampilkan beberapa kode QR.
- 3) Untung: Pengguna dapat membayar dengan semua jenis akun aplikasi pembayaran. Untuk menerima semua pembayaran kode QR, pedagang hanya perlu memiliki minimal satu akun. Dan biasanya banyak tawaran dan promo yang menarik.
- 4) Langsung: Dengan QRIS, transaksi dilakukan secara instan dan langsung, pengguna ataupun *merchant* akan langsung mendapatkan notifikasi.

b. Jenis Mekanisme Transaksi Menggunakan QRIS

1) *Merchant Presented Mode*

Dalam mekanisme *QR Code Merchant Presented Mode* ini konsumen tinggal *scan* pada kode yang telah disediakan *merchant*. Terdapat dua jenis model yang disediakan yakni:

- a) Statis : Memiliki karakteristik ID Merchant dalam QR code sifatnya tetap, kemudian ditempelkan (stiker), atau dicetak (QR dibuat satu kali). Pelanggan atau konsumen, memasukkan jumlah nominal transaksi. Cocok untuk *merchant* atau usaha yang masih berskala mikro dan kecil. (Bank Indonesia, 2022).

Gambar 2.3 QRIS Statis

Sumber: GenBI Purwokerto, 2022

- b) Dinamis : Memiliki karakteristik pada model ini kode QR akan dicetak pada struk melalui mesin EDC serta jumlah nominal transaksi akan ditampilkan pada monitor, kode QR terpisah akan muncul pada struk untuk setiap transaksi. Sangat baik untuk usaha berskala menengah dan besar ataupun mereka yang memiliki volume transaksi tinggi. (Bank Indonesia, 2022).

Gambar 2. 4 QRIS Dinamis

Sumber: Bank Indonesia, 2022

2) *Customer Presented Mode (CPM)*

Model ini dapat digunakan oleh semua orang. Pelanggan atau konsumen harus memiliki aplikasi pembayaran yang terinstal di ponsel dan memiliki saldo untuk bertransaksi. Kode QR dari

ponsel konsumen akan di-*scan* oleh *merchant*. QRIS CPM lebih ditujukan untuk *merchant* yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti pusat- pusat perbelanjaan menengah dan besar (Bank Indonesia, 2022).

Gambar 2. 5 QRIS CPM



Sumber: Bank Indonesia, 2022

c. Manfaat QRIS

Menurut Bank Indonesia, ada banyak keuntungan dari standarisasi kode QR dengan QRIS, diantaranya:

- 1) Bagi konsumen :
 - a) Konsumen hanya perlu *scan* dan klik bayar (efisiensi waktu)
 - b) Cepat dan mengikuti *trend*
 - c) Tidak perlu membawa uang tunai dan tidak perlu khawatir ketika lupa tidak membawa dompet.
 - d) Tidak perlu khawatir mengenai kode QR aplikasi
 - e) Terjamin aman karena PJSP telah memiliki izin resmi dan berada di bawah pengawasan Bank Indonesia.
- 2) Bagi *merchant* atau pedagang:
 - a) Penjualan akan semakin meningkat
 - b) Tidak tertinggal dengan *trend* yang ada

- c) Lebih sederhana dan mudah karena hanya *scan* saja dan bayar
- d) Menurunkan biaya pengelolaan kas
- e) Menghindari dari pencurian uang dan risiko uang palsu (Bank Indonesia, 2022).

5. *Trust* (Kepercayaan)

Definisi kepercayaan menurut (Zhang, 2018) adalah keyakinan akan kejujuran, sifat baik, kompetensi, dan keterampilan orang lain. Menurut (Gefen dkk 2003), keinginan untuk mengandalkan kebajikan, kemampuan, dan integritas adalah esensi dari kepercayaan. Oleh karena itu, hal ini sama dengan pembenaran untuk teori kepercayaan yang menyatakan bahwa kebajikan, kemampuan, dan integritas digabungkan untuk menciptakan keyakinan dan kepercayaan. Hal ini mengindikasikan bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan pada orang lain (*trustor*) juga memiliki kepercayaan pada orang tersebut (*trustee*). Pavlou (2001) sampai pada kesimpulan bahwa kepercayaan dalam transaksi elektronik adalah kemungkinan subjektif, baik secara teknologi maupun sebaliknya. Menurut (Rahardjo et al., 2019) kepercayaan adalah kesiapan untuk tetap setia pada penyedia layanan dalam hal seseorang memiliki harapan yang tinggi terhadap perilaku potensial penyedia layanan di masa depan.

Kepercayaan dapat pula didefinisikan sebagai pendapat yang dipegang oleh partisipan dalam suatu hubungan, terutama dalam menghadapi bahaya dan ketidakpastian. Seorang konsumen atau pengguna layanan jasa akan merasa puas dan percaya terhadap produk pelayanan yang diberikan oleh penerbit apabila mampu memberikan manfaat kepada konsumen. Kepercayaan menjadi modal penting bagi penerbit sebuah produk dalam pembentukan loyalitas konsumen, sehingga akan semakin tinggi intensitas penggunaan layanan atau produk, memberikan informasi yang sebenarnya akan dijadikan sebagai acuan bagi konsumen (Warsito, 2012). Dalam hal ini penyedia layanan harus

memberikan rasa aman dan jaminan kepada pengguna uang elektronik terhadap semua aspek transaksi nontunai agar ada kepercayaan dalam penggunaan uang elektronik. Sehingga konsumen atau pengguna tidak beralih ke penyedia layanan uang elektronik lain dan tetap mempercayai uang elektronik dari penerbit yang sedang digunakan (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020).

Sebagian besar masyarakat atau pengguna tidak sepenuhnya menyadari masalah keamanan dan kerahasiaan yang terkait dengan penggunaan teknologi untuk bertransaksi. Pengguna tidak tahu seberapa baik keamanan dan kerahasiaan transaksi non-tunai QRIS dilindungi dan sudah terjamin aman (Alalwan et al., 2017). Oleh karena itu, kepercayaan konsumen merupakan elemen penting dalam memotivasi pelanggan untuk melakukan transaksi nontunai. Menurut Mayer dalam (Sharma & Sharma, 2019) mengidentifikasi tiga elemen sebagai indikator dalam kepercayaan yakni

- a. Kompetensi, yang menggambarkan kemampuan, keterampilan, dan pemahaman penyedia layanan yang dapat menginspirasi antusiasme pengguna untuk menggunakan teknologi.
- b. Kebajikan, dalam hal ini membujuk seseorang untuk melakukan perbuatan baik sebagai imbalan atas kepercayaan mereka terhadap penawaran perusahaan.
- c. Integritas, juga dikenal sebagai konsistensi dan keterbukaan. Konsistensi, ketulusan, dan transparansi adalah tiga kualitas yang membantu orang mempercayai suatu layanan. Pelanggan akan lebih percaya pada layanan jika mereka melihat komponen ini lebih baik.

6. Kemudahan Penggunaan

Menurut Mathieson (dalam Ningsih et al., 2021) kemudahan merupakan kepercayaan dan keyakinan seorang individu dalam menggunakan sistem tertentu ataupun teknologi tertentu dengan gampang. Gagasan tentang

kemudahan berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Sebuah teknologi akan diterapkan oleh seseorang jika menurutnya teknologi tersebut mudah digunakan. Persepsi seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu sistem tidak akan membutuhkan banyak usaha atau kesalahan disebut sebagai kepercayaan mereka mengenai mudahnya suatu sistem digunakan. Dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja, semakin mudah suatu sistem dioperasikan, semakin sedikit pekerjaan yang dilakukan oleh pengguna. Karena sistem yang mudah digunakan berarti menggunakannya tidak akan membebani atau memerlukan keahlian khusus. Kegunaan yang dirasakan dari sistem informasi digambarkan sebagai persepsi seseorang tentang betapa mudahnya memahami dan menggunakannya. Persepsi seseorang mengenai kemudahan untuk memahami dan menggunakan sistem informasi disebut sebagai persepsi kegunaan. Persepsi pengguna tentang kegunaan teknologi bergantung pada sejumlah faktor (Davis, 1989):

- a. Aspek pertama, atau pengalaman pengguna dengan teknologi serupa, berfokus pada teknologi dan pengetahuan tentang teknologi terkait.
- b. Reputasi terhadap teknologi adalah pertimbangan kedua. Kepercayaan pengguna terhadap kegunaan teknologi akan meningkat jika teknologi tersebut memiliki reputasi yang positif.
- c. Kehadiran sistem pendukung yang dapat dipercaya adalah elemen ketiga yang mempengaruhi kesan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi.

Adapun indikator dalam kemudahan penggunaan menurut Sun dan Zhang (2006 : 63- 64) adalah :

- a. Mudah dipelajari diartikan sebagai keadaan dimana penyedia atau penerbit layanan berasumsi bahwa penggunaan sistem baru dapat dengan mudah untuk dipelajari. Transaksi dengan kode QR (*quick response code Indonesian standard*) tidaklah sulit untuk dipelajari terkait dengan transaksi yang bisa dilakukan dalam waktu singkat.

- b. Mudah digunakan, yakni kondisi dimana penyedia layanan mempercayai bahwa sistem yang baru mudah untuk digunakan. Layanan transaksi nontunai atau QRIS dapat digunakan dengan mudah karena hanya *scan* dan transaksi dapat dilakukan.
- c. Tidak memerlukan waktu yang lama, yakni dalam penggunaannya untuk bertransaksi teknologi tersebut tidak memerlukan banyak waktu dan usaha serta tidak harus menunggu dalam waktu yang lama sehingga tidak akan mengganggu aktivitas konsumen atau penggunaannya.
- d. Jelas dan mudah dipahami berarti kondisi dimana penyedia layanan mempercayai bahwa suatu sistem baru yang diciptakan sangat jelas dan mudah untuk dipahami. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya.
- e. Mudah untuk menjadi terampil yakni kondisi dimana penyedia layanan mempercayai dan yakin bahwa dengan penggunaan sistem yang baru maka individu atau masyarakat menjadi terampil karena kemudahan penggunaannya.

7. Psikografis

Menurut Mowen psikografis adalah suatu konsep yang berkaitan dengan kepuasan konsumen terkait dengan gaya hidup dan karakter kepribadian konsumen (John C Mowen, 2002). Psikografis digunakan sebagai teknik untuk mengukur secara kuantitatif. Konsumen dapat mendasarkan keputusan mereka pada tiga faktor yakni aktivitas, minat, dan opini, atau AIO pada saat mereka menggunakan sistem pembayaran untuk bertransaksi. Teori psikografis berusaha memahami perilaku dengan mempertimbangkan sifat-sifat psikologis, sosial, dan budaya atau kebiasaan individu. Psikografis menurut James et al (dalam Amiruddin & Abdullah, 2018) merupakan identifikasi karakteristik yang menggambarkan psikologis atau kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup dan perilaku pembelian seseorang.

Menurut teori psikografis, segala sesuatu seperti nilai, sikap, minat, kepribadian, gaya hidup, dan pengalaman berdampak pada bagaimana orang berperilaku sebagai konsumen. Teori psikografis dapat membantu perusahaan dalam memahami perilaku konsumen dalam konteks transaksi dan mengembangkan rencana pemasaran yang lebih sukses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sebagai contoh, sebuah perusahaan dapat merancang produk yang sesuai dengan gaya hidup konsumen atau mengembangkan program sosialisasi dan edukasi dengan menggunakan pengetahuan tentang nilai dan minat konsumen (Kotler & Armstrong, 2018).

Dalam implementasinya, psikografis digunakan dalam keperluan mengukur gaya hidup konsumen dengan melihat dari aktivitas, minat dan opini (*activities-interests, and opinion* - AIO) (Septiyaningrum et al., 2016). Setiadi, 2003 (dalam Femiandini, 2012) menerangkan bahwa psikografis merupakan pengukuran dimensi AIO dari para konsumen. Aktivitas (pekerjaan, hobi, berbelanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), dan opini (mengenai diri mereka sendiri, masalah sosial, bisnis, produk). Adapun indikator psikografis meliputi aktivitas, ketertarikan, dan pendapat untuk mengetahui apakah orang tersebut familiar atau tidak dengan teknologi (John C Mowen, 2002):

a. Aktivitas (*Activity*)

Dalam hal ini konsumen diharapkan dapat mengidentifikasi kegiatan atau aktivitas apa yang mereka lakukan dalam kesehariannya.

b. Ketertarikan (*Interest*)

Interest menjadi indikator dalam pribadi konsumen yang berpengaruh ketika proses pengambilan keputusan dilakukan. Setiap penerbit atau penyedia layanan dituntut untuk dapat memahami minat dan hasrat para konsumennya.

c. Pendapat (*Opinion*)

Digunakan untuk melihat sudut pandang dan perasaan seorang konsumen mengenai topik-topik ataupun fenomena baru yang sedang *trend* dalam masyarakat. Opini atau pendapat ini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri terhadap suatu barang atau jasa dari perusahaan atau penyedia layanan.

8. Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Garman dan Forgue (dalam Kartawinata & Mubaraq, 2018) merupakan pengetahuan tentang fakta, konsep, prinsip dan alat teknologi yang mendasari untuk dapat bijak dalam menggunakan uang. Literasi keuangan sangat penting dalam membentuk perilaku bertransaksi yang cerdas dan bijaksana. Literasi keuangan merupakan suatu proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik. Tujuan dari literasi keuangan adalah untuk mengedukasi konsumen mengenai hak dan tanggung jawab mereka sebagai konsumen, serta keuntungan dan risiko dari berbagai produk, untuk membantu mereka mengambil keputusan keuangan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Literasi keuangan menjadi faktor penting seseorang dalam pengelolaan uang. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, kemampuan, dan sikap keuangan seseorang memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku mereka dalam bertransaksi. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi maka akan lebih bijaksana dengan uang mereka, lebih baik dalam mengelola keuangan, menghindari perilaku konsumtif dan lebih hemat. Mereka lebih mampu membuat anggaran yang realistis dan mengikuti rencana keuangan jangka panjang mereka (Roestanto, 2017).

Literasi keuangan didasari pada tiga faktor yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan tindakan terhadap uang. Adapun indikator utama literasi keuangan yaitu (Luburic & Fabris, 2018):

- a. Edukasi dan Skill Keuangan yakni masyarakat memiliki pengetahuan dan informasi mengenai organisasi yang menyediakan jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan. Memiliki pemahaman dasar mengenai keuangan pribadi dan kemampuan atau keterampilan untuk menggunakan suatu jasa dan produk keuangan.
- b. Sikap dan Perilaku Keuangan yaitu cara seseorang mengelola uangnya dari sudut pandang psikologi dan kebiasaan pribadinya. Sikap dan perilaku keuangan dapat dikaitkan dengan manajemen keuangan pribadi, yaitu penerapan konsep mengatur keuangan pada tingkat individu yang terdiri dari aktivitas perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan. Munculnya sikap dan perilaku keuangan pribadi merupakan dampak dari hasrat untuk memenuhi kebutuhan hidup yang sesuai dengan keinginan. Oleh karena itu, seseorang akan cenderung mengelola anggaran keuangan pribadinya, serta melakukan penghematan dalam pengeluaran keuangannya dengan bijak.
- c. Risiko Penggunaan, maksudnya pengguna bertanggung jawab atas segala risiko yang muncul, seperti bagaimana pengguna mengatur keamanan akunnya atau bagaimana masyarakat umum memandang produk keuangan yang digunakan. Pemahaman, kemahiran, dan keyakinan diri dalam pengelolaan keuangan diperlukan untuk mengurangi risiko saat melakukan bisnis dengan menggunakan produk/ teknologi keuangan.

9. Perilaku Bertransaksi

Studi tentang bagaimana orang memilih, memperoleh, memanfaatkan, dan mengatur produk, layanan, ide, atau peristiwa untuk memenuhi kebutuhan mereka dikenal sebagai perilaku konsumen (Kotler & Amstrong, 2018).

Perilaku seseorang merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu individu. Karena sikap seseorang mempengaruhi perilaku mereka sebagai pelanggan, konsumen dalam situasi ini harus mencari informasi, menimbang pilihan mereka, memilih salah satu, dan kemudian membeli atau menggunakan produk untuk mempelajari persyaratan dan preferensi mereka. Oleh karena itu, perilaku konsumen akan dapat diprediksi jika sikap konsumen dapat digambarkan dengan jelas bersama dengan minat mereka. Jika seseorang bertindak dengan cara yang mengindikasikan kebutuhan atau keinginan untuk memperoleh sesuatu, perilaku konsumen akan muncul. Untuk memenuhi kebutuhannya, konsumen sering kali dihadapkan pada berbagai pilihan. Konsumen harus melakukan pemikiran kritis saat memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dalam pengertian penggunaan teknologi dan informasi, perilaku diartikan sebagai intensitas atau frekuensi pada penggunaan teknologi informasi yang dilakukan oleh konsumen (Nisak & Indarayani, 2021).

Perilaku bertransaksi merupakan perilaku konsumen dalam proses melakukan penilaian dari berbagai alternatif pilihan berdasarkan pertimbangan tertentu untuk melakukan kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya (Amiruddin & Abdullah, 2018). Menurut Firmansyah (dalam Setiadewi & Kaukab, 2022) perilaku bertransaksi sendiri merupakan hasil dari pengalaman langsung individu mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain ataupun media sosial dan lain sebagainya. Adapun indikator – indikator yang berpengaruh dalam perilaku bertransaksi adalah (Kotler & Keller, 2016)

- a. Kemantapan atau antusias pada sebuah produk atau teknologi yakni keyakinan yang dipegang oleh pelanggan mengenai suatu produk ketika orang percaya bahwa produk tersebut akan memenuhi keinginan mereka. Kemantapan merupakan keputusan yang dilakukan konsumen, setelah

mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.

- b. Kebiasaan dalam menggunakan produk/ teknologi, hal ini berarti kebiasaan konsumen dalam melakukan transaksi yang menjadikan kesan dan pandangan positif bagi dirinya dan orang terdekat dalam menggunakan suatu produk.
- c. Memberikan rekomendasi pada orang lain, dilakukan dengan penyampaian informasi dan pengalaman yang positif kepada orang lain dalam bertransaksi, agar tertarik untuk menggunakan produk atau layanan.
- d. Keinginan untuk menggunakan ulang yakni timbulnya rasa nyaman atas suatu produk atau jasa yang diterima dan penggunaan tersebut dilakukan secara berkesinambungan atau berulang-ulang.

10. Konsumsi Dalam Perspektif Islam

Konsumsi menurut ilmu ekonomi mengacu pada penggunaan kekayaan atau harta untuk memenuhi kebutuhan seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, kebutuhan sehari-hari, perawatan kesehatan, pendidikan, dan kebutuhan individu dan keluarga (Chaudhry, 2012). Samuelson mendefinisikan konsumsi sebagai tindakan menghabiskan nilai guna barang dan jasa. Naluri manusia mendorong kita untuk memenuhi keinginan kita untuk bertahan hidup. Sedangkan untuk memenuhi keinginan manusia, diperlukan konsumsi barang dan jasa. Islam mengajarkan kesederhanaan, pengendalian diri, dan penggunaan uang secara bijak. Pendapatan adalah faktor utama yang menentukan banyak sedikitnya yang dibelanjakan untuk konsumsi. Jumlah harta yang dibelanjakan meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan (Awalina, 2019).

Menurut Sutisna (dalam Juhari, 2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian atau penggunaan produk:

- a. Konsumen individual : Dengan kata lain, pilihan konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi oleh kebutuhan, persepsi terhadap merek, faktor demografi, gaya hidup, dan ciri-ciri kepribadian.
- b. Lingkungan konsumen : Semua aspek lingkungan eksternal konsumen, seperti objek ,fisik, perilaku, dan aspek sosial.
- c. Strategi pemasaran: Semakin banyak taktik pemasaran yang digunakan oleh bisnis atau perusahaan, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Islam mengatur bagaimana manusia dalam kegiatan konsumsi yang berguna dan memberi kemaslahatan bagi hidup mereka. Manusia memiliki kewajiban untuk memenuhi tuntutan ini. Konsumsi dapat didefinisikan sebagai tindakan membelanjakan uang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi terdiri dari kebutuhan, kesenangan, dan kemewahan. Kesenangan dan keindahan dapat diterima selama tidak berlebihan, artinya tidak melebihi apa yang dibutuhkan, sebagaimana dinyatakan dalam QS. Al-A'raf ayat 31.

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ مِنْ عِنْدِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Islam memandang tujuan konsumsi adalah manfaat (masalah) daripada *utility* sebagai alasan untuk mengkonsumsi. Menurut M. Abdul Mannan, ada lima prinsip yang mengatur larangan-larangan Islam dalam hal konsumsi (Awalina, 2019):

- a. Prinsip keadilan, yakni kegiatan konsumsi dilakukan pada sesuatu yang halal, baik, dan tidak membahayakan. Konsumen tidak diperbolehkan

untuk memaksimalkan keuntungan dan kepuasan diri sendiri apabila hal yang dilakukan dapat merugikan orang lain dan alam sekitar.

- b. Prinsip kebersihan, dalam mengonsumsi sebaiknya diperhatikan, tidak kotor, ataupun menjijikkan yang merusak selera.
- c. Prinsip kesederhanaan, gagasan ini membatasi perilaku manusia agar manusia tidak berlebihan dalam memenuhi keinginannya. Akar dari berbagai masalah di muka bumi adalah perilaku berlebihan (*israf*) yang sangat dibenci oleh Allah SWT.
- d. Prinsip kemurahan hati, seorang konsumen yang memiliki harta tidak menggunakannya untuk memenuhi keinginannya sendiri karena Allah menitipkan harta tersebut kepadanya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Melainkan ada hak – hak orang lain di dalamnya.
- e. Prinsip moralitas, gagasan tentang moralitas dalam kaitannya dengan mengonsumsi barang atau jasa dalam Islam menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara seseorang yang hanya mencari kepuasan, kenikmatan, dan kebahagiaan tanpa mempertimbangkan hukum-hukum Islam dan seseorang yang menerapkan nilai-nilai moral Islam dalam kaitannya dengan konsumsi barang atau jasa. Perilaku moral atau etika merupakan hal yang signifikan dalam aktivitas konsumen.

B. Landasan Teologis

Transisi dari pembayaran berbasis uang tunai ke pembayaran nontunai telah terjadi dalam beberapa tahun terakhir berkat adanya perkembangan sistem pembayaran berbasis teknologi. Teknologi berkembang dengan cepat, hal ini tentu memotivasi bank maupun pihak penyedia atau penerbit layanan keuangan untuk memperluas layanan mereka kepada konsumen sebagai sarana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagai hasilnya, beberapa kemajuan dan inovasi dibuat untuk membuat transaksi menjadi lebih aman, lebih kecil kemungkinannya untuk rusak, dan lebih mudah digunakan sebagai bentuk

sistem pembayaran. Munculnya metode pembayaran nontunai adalah salah satu inovasi menuju digitalisasi perbankan (Solihin & Raya, 2021). Ditinjau dari hukum Islam, penggunaan uang elektronik untuk bertransaksi pada dasarnya diperbolehkan dengan dasar dalil QS Al Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur”.

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa sesungguhnya peraturan Allah SWT itu memudahkan hamba-Nya dan tidak menghendaki kesulitan. Demikian pula dalam bertransaksi, pembayaran yang dilakukan dengan nontunai seperti QRIS diperbolehkan serta diharapkan dapat memudahkan bagi penggunaanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Islam memandang tindakan ekonomi sebagai sarana untuk mencapai falah (kebahagiaan di dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya harus masalah sebagai kebutuhan dan kewajiban. Dalam memenuhi tuntutan konsumsi, Islam melarang umatnya untuk mengonsumsi secara berlebihan sebab mengonsumsi yang melebihi tingkat kebutuhan adalah pemborosan (Rozalinda, 2014). Islam menempatkan pembatasan konsumsi dengan pertimbangan halal dan haram, standar-standar yang layak, dapat diterima, bersih, dan tidak menjijikkan serta larangan menghambur- hamburkan dan pemborosan. Pertimbangan tersebut tidak hanya berlaku untuk makanan dan minuman saja, melainkan komoditas lainnya (Zaenal et al, 2018).

Sebagaimana dalam QS. Al Maidah: 87

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: “ Hai orang- orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa- apa yang baik dan telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang- orang yang melampaui batas”.

Dalam Islam seseorang melakukan konsumsi didasarkan pada tiga konsep, yaitu konsep keberkahan, konsep sosial, dan konsep kemanfaatan. Dengan mengimplementasikan tiga konsep terkait perilaku konsumsi yang baik maka seseorang tidak akan menerapkan perilaku *tarf* (bermewah-mewahan), *israf* (melampaui batas), dan *tabzir* (berlebih-lebihan) (Anggreini & Qomar, 2021). Menurut Sumartono dalam (Sa'idah et al, 2022) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Menurut Teori Perilaku Konsumtif, elemen psikologis, pribadi, dan masyarakat semuanya berdampak pada perilaku konsumen. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan tetapi sudah kepada faktor keinginan. Faktor-faktor pribadi, psikologis, dan yang berhubungan dengan usia termasuk motivasi, persepsi, literasi, kepercayaan, dan sikap. Faktor sosial meliputi status sosial ekonomi, keluarga, dan kelompok. Faktor-faktor pribadi, psikologis, dan yang berkaitan dengan usia meliputi aspek usia, tahap siklus hidup, kepribadian, dan konsep diri. Perilaku konsumtif ini menyebabkan masyarakat tidak dapat membedakan mana yang menjadi kebutuhannya dan mana yang menjadi keinginannya (Sa'idah & Fitriyati, 2022).

C. Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini dilakukan tinjauan terhadap penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *trust*, kemudahan penggunaan, psikografis, dan literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam yakni antara lain:

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	M. Andika Tobuhu, dkk (2022), “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi pada Bank BNI Cabang Gorontalo)”	<p>1. Kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking pada Bank BNI Cabang Gorontalo.</p> <p>2. Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking pada Bank BNI Cabang Gorontalo.</p> <p>3. Kemudahan & kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking pada Bank BNI Cabang Gorontalo.</p>	Menggunakan variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan untuk mengukur pengaruh terhadap sikap penggunaan	<p>Penelitian tersebut dilakukan di daerah Gorontalo, sedangkan dalam penelitian ini dilakukan di wilayah Banyumas. Pada penelitian saya ada variabel psikografis dan literasi keuangan sedangkan di penelitian tersebut tidak ada. Alat analisis data dalam penelitian tersebut menggunakan</p>

				SPSS sedangkan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS.
2.	Meliza Awalina (2019), “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server Dikalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam”	Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa persepsi kemanfaatan dan literasi keuangan memiliki kecenderungan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik, sedangkan persepsi kemudahan tidak memiliki kecenderungan positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.	Penggunaan variabel kemudahan dan literasi keuangan dan penggunaan uang elektronik dan dikaitkan dengan perspektif Islam. Metode analisis datanya menggunakan software SmartPLS	Dalam penelitian saya terdapat penambahan penggunaan variabel media sosial dan psikografis.
3.	Hasbia Rizqi A. S.R, Jubaedah Nawir & Marlina	Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa	Penggunaan variabel literasi	Lokasi penelitiannya berbeda

	(2021) “Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada <i>Cashless Society</i> ”	Literasi Keuangan dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan generasi Z pada <i>cashless society</i> jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.	keuangan dan gaya hidup (psikografis) generasi Z. Analisis datanya menggunakan SEM-PLS	Dalam penelitian tersebut menggunakan variabel perilaku keuangan sebagai variabel dependennya, sedangkan pada penelitian saya menggunakan variabel perilaku bertransaksi sebagai variabel dependen.
4.	Sulistiani Indriyastusti (2022), “Analisis Faktor-Faktor Minat Dan Perilaku Pembayaran Non Tunai Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia : Pendekatan Model Utaut 2”	Hasil dari penelitian tersebut adalah diketahui bahwa variabel performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, dan habit memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan e-money. Social influence dan	Penggunaan variabel niat atau perilaku bertransaksi nontunai yang dikaitkan dengan konsumsi Islami. Analisis datanya menggunakan SEM- PLS.	Responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia sebanyak 220. Sedangkan pada penelitian saya respondennya adalah generasi milenial dan Gen - Z di

		<p>facilitating condition juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan e-money. Serta facilitating condition dan behavioral intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan e-money.</p>	<p>wilayah Purwokerto. Perbedaan lokasi penelitian. Pada penelitian tersebut menggunakan variabel performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, habit, facilitating condition dan behavioral intention sebagai variabel independennya sedangkan dalam penelitian saya menggunakan variabel trust, kemudahan penggunaan,</p>
--	--	---	--

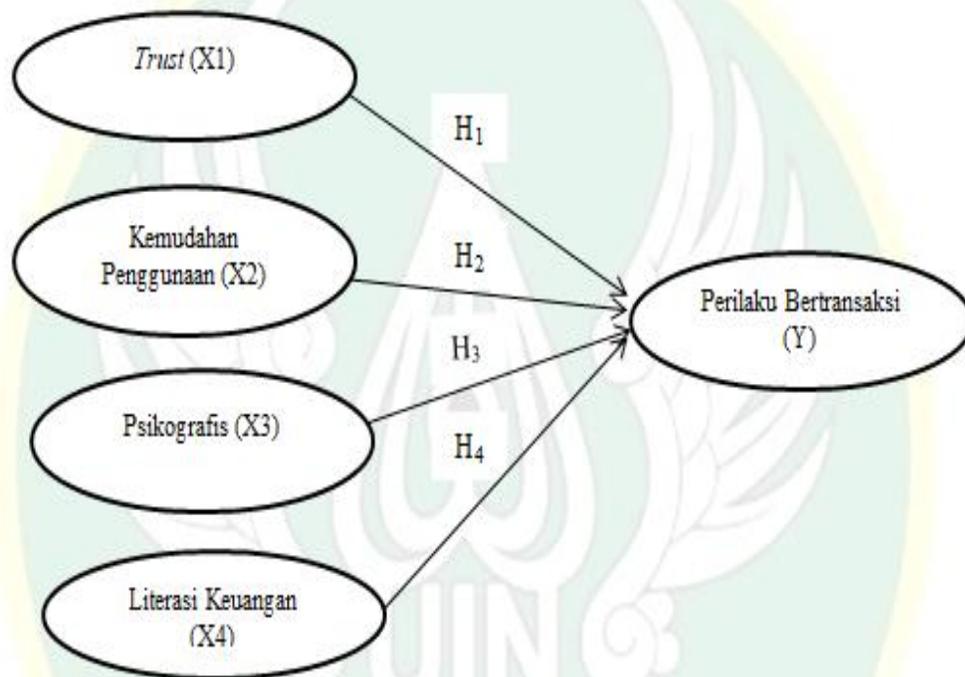
				psikografis, dan literasi keuangan.
5.	Henny Kurnianingsih dan Trisna Maharani (2020), “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah”	Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa persepsi manfaat berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Fitur layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Sedangkan kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap	Penggunaan variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan	Lokasi penelitian yang berbeda Penggunaan software analisis yang berbeda, dalam penelitian tersebut menggunakan SPSS sedangkan pada penelitian saya menggunakan SmartPLS Pengambilan sampel pada penelitian tersebut menggunakan accidental sampling, sedangkan dalam penelitian ini

		minat penggunaan e-money.		menggunakan purposive sampling.
6.	Wahyu Fitri Eka Muttasari dan Fitri Lukiaستی (2020), “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap <i>Cashless Transaction Behavior</i> (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora)”	Hasil penelitian tersebut adalah Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora. Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap cashless transaction behavior karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap cashless transaction behavior karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora	Penggunaan variabel independent yakni literasi keuangan. Variabel perilaku bertransaksi sebagai variabel dependen. Penggunaan software smartPLS 3.0 untuk analisisnya.	Lokasi penelitian yang berbeda. Penambahan penggunaan variabel psikografis, kemudahan penggunaan, dan media sosial pada penelitian saya

D. Kerangka Penelitian

Penelitian ini untuk mengkonfirmasi teori terhadap variabel yang mempengaruhi perilaku bertransaksi di Pasar Manis Purwokerto. Kerangka penelitian ini digunakan untuk menggambarkan secara teoritis bagaimana variabel-variabel dalam penelitian ini berhubungan satu sama lain (Wiyono, 2020).

Gambar 2. 6 Model Kerangka Penelitian



Sumber : Data primer diolah,2023

E. Hipotesis

Untuk mengetahui menguji ada atau tidaknya pengaruh *trust*, kemudahan penggunaan, psikografis, dan literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam, maka perlu adanya hipotesis.

1. Pengaruh *Trust* terhadap Perilaku Bertransaksi

Sebuah konsep yang memungkinkan orang untuk secara sukarela menjadi konsumen setelah mempertimbangkan fitur-fitur penyedia layanan dikenal sebagai kepercayaan. Kepercayaan didefinisikan sebagai aktivitas

yang bersifat konatif (masalah pilihan atau keinginan), afektif (masalah perasaan), atau kognitif (jenis pendapat atau prediksi bahwa sesuatu akan terjadi atau orang lain akan berperilaku dengan cara tertentu). Kepercayaan merupakan keyakinan suatu pihak tertentu terhadap pihak yang lainnya dalam melakukan transaksi didasari oleh keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan bertanggung jawab atas sebuah risiko serta sesuai dengan harapannya. (Rahardjo et al., 2019) kepercayaan adalah kesiapan untuk tetap setia pada penyedia layanan dalam hal seseorang memiliki harapan yang tinggi terhadap perilaku potensial penyedia layanan di masa depan. Didukung oleh penelitian dari (Kurnianingsih & Maharani, 2020) yang berjudul “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah*”. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa kepercayaan atau *trust* secara signifikan berpengaruh terhadap minat penggunaan e- money. Oleh karena itu, semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap suatu produk atau layanan maka akan semakin tinggi juga minat penggunaannya. Berdasarkan uraian hasil penelitian maka diperoleh hipotesis:

H₁ : Terdapat pengaruh *trust* terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam di Pasar Manis Purwokerto.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Bertransaksi

Menurut Davis, 1989 dalam (Ulurrosyad & Jayanto, 2020) sejauh mana seseorang menganggap penggunaan sistem teknologi tertentu sebagai sesuatu yang mudah, sederhana, dan tanpa masalah atau hambatan, disebut sebagai kemudahan. Penelitian (Meitry Adinda, 2022) yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gen-Z dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital*”. Hasil penelitian diketahui bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Gen-Z. Oleh karena itu, dengan berbagai macam kemudahan yang ditawarkan oleh QRIS akan

mendorong peningkatan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Sehingga ditarik hipotesis:

H₂ : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam pada pengunjung Pasar Manis Purwokerto.

3. Pengaruh Psikografis terhadap Perilaku Bertransaksi

Analisis gaya hidup, yang dikenal sebagai segmentasi psikografis, telah muncul sebagai strategi pemasaran utama yang dapat mengidentifikasi kelompok orang yang berbeda berdasarkan karakteristik seperti kepribadian dan sikap menurut Wiguno, 2015 dalam (Eka Muttasari & Lukiastuti, 2020). Psikografis merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap perilaku bertransaksi seperti dalam penelitian yang berjudul “*Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society*” (Ramadhanti et al, 2021). Dari penelitian tersebut diketahui bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel perilaku keuangan, semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki responden, semakin tinggi pula perilaku dalam *cashless society*. Dari hasil penelitian menjadi dasar pengambilan hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian:

H₃ : Terdapat pengaruh psikografis terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam pada pengunjung Pasar Manis Purwokerto.

4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Bertransaksi

Menurut Vitt dkk. (2000), literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengklasifikasikan dan memilih tindakan dengan tepat, menganalisis masalah keuangan, serta mempersiapkan kejadian-kejadian yang berdampak pada keputusan keuangan seseorang. Perilaku transaksional berkaitan erat dengan literasi keuangan. Pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan dan mengelola keuangan termasuk dalam literasi keuangan. Literasi keuangan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap perilaku transaksi nontunai pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Bora, sesuai dengan hasil penelitian yang berjudul *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Cashless Transaction Behavior (Studi pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Bora)*. Semakin melek finansial seorang pegawai, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan transaksi nontunai (Eka Muttasari & Lukiasuti, 2020). Dari hasil penelitian menjadi dasar hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini yaitu

H₄ : Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam pada pengunjung Pasar Manis Purwokerto.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis data numerik atau angka disebut sebagai penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan memakai model matematis, teori dan/ atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti (Suryani & Hendryadi, 2016). Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan melakukan survei lapangan atau studi ke lapangan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi ataupun sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/ statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2018).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Manis Purwokerto yang terletak di Jalan Jendral Gatot Subroto, Pesayangan, Kedung Wuluh, Purwokerto Barat. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Januari 2023 hingga 30 April 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Masyarakat yang pernah berkunjung dan berbelanja di Pasar Manis Purwokerto merupakan populasi dalam penelitian ini.

2. Sampel

Sampel adalah representasi dari jumlah dan karakteristik dalam populasi (Sugiyono, 2018: 81). Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari data hasil pengisian kuesioner oleh responden yang terpilih sebagai sampel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan persyaratan tertentu yang diperlukan (Sugiyono (2018: 138). Kriteria responden pada penelitian:

- (1) Responden mengetahui/mengenal/menggunakan dompet digital atau layanan *mobile payment*.
- (2) Responden merupakan masyarakat, konsumen, atau pengunjung yang pernah berbelanja di Pasar Manis Purwokerto.
- (3) Mengetahui dan pernah bertransaksi menggunakan QRIS.

Jumlah sampel minimum yang disarankan antara 30 sampai 100 kasus (Ghozali, 2015). Dalam menentukan jumlah sampel penelitian menggunakan rumus *Unknown Populations* (jumlah sampel tidak diketahui) Wibisono dalam (Riduwan & Akdon, 2013 : 255), karena pada penelitian ini jumlah populasinya belum diketahui secara pasti.

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Z\alpha}{2} \right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

$Z\alpha/2$ = Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

σ = Standar deviasi 25%

e = Error 5%

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$N = \left\{ \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{0,49}{0,05} \right\}^2$$

$$N = 96,04$$

Maka dari perhitungan tersebut diperoleh sampel dibulatkan menjadi 97 dan diambil 100 responden untuk menjadi sampel dalam penelitian ini.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan karakteristik yang dapat diamati dari suatu objek dan mempunyai nilai atau beberapa klasifikasi (Riduwan & Akdon, 2020). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yakni variabel laten endogen dan variabel laten eksogen.

a. Variabel Eksogen (X)

Variabel laten eksogen, atau disebut juga sebagai variabel bebas/ variabel independen, adalah variabel yang memiliki dampak pada nilai variabel lain dalam model (Santoso, 2021). Dalam penelitian ini, *Trust* (X1), *Kegunaan* (X2), *Psikografis* (X3), dan *Literasi Keuangan* (X4).

b. Variabel Endogen (Y)

Variabel laten endogen, juga dikenal sebagai variabel dependen, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen baik secara langsung maupun tidak langsung (Santoso, 2021). Dalam penelitian ini variabel laten endogennya adalah *Perilaku Bertransaksi* (Y).

2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian merupakan bagian dari variabel yang digunakan untuk mengukur variabel laten (Santoso, 2021). Berikut ini adalah indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Trust</i> (X1)	a. Kompetensi b. Kebajikan c. Integritas Sumber: Mayer dalam (Sharma & Sharma, 2019)	<i>Likert</i>
2.	Kemudahan Penggunaan (X2)	a. Mudah dipelajari (<i>Easy to learn</i>) b. Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>) c. Tidak memerlukan waktu yang lama (<i>Timeliness</i>) d. Jelas dan mudah dipahami (<i>Clear and understandable</i>) e. Mudah untuk menjadi terampil (<i>Become skillful</i>) Sumber: Sun dan Zhang (2006 : 63- 64)	<i>Likert</i>
3.	Psikografis (X3)	a. Aktivitas (<i>activity</i>) b. Ketertarikan (<i>interest</i>) c. Opini (<i>opinion</i>) Sumber: (John C Mowen, 2002)	<i>Likert</i>

4.	Literasi Keuangan (X4)	a. Pengetahuan keuangan b. Sikap dan perilaku keuangan c. Risiko penggunaan QRIS Sumber: (Luburic & Fabris, 2018).	<i>Likert</i>
5.	Perilaku Bertransaksi (Y)	a. Kemantapan pada sebuah produk b. Kebiasaan dalam menggunakan produk c. Memberikan rekomendasi pada orang lain d. Melakukan penggunaan ulang untuk bertransaksi. Sumber: (Kotler & Keller, 2020)	<i>Likert</i>

Sumber : Data sekunder yang telah diolah, 2023

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Sumber Data

a. Sumber Primer

Sumber primer adalah informasi yang dikumpulkan melalui kuesioner dan/atau wawancara dari pemilik asli data (Abdillah & Hartono, 2021). Data primer ini diperoleh dengan melakukan observasi dan menyebarkan kuesioner baik melalui google form maupun secara langsung kepada responden di Pasar Manis Purwokerto.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak kedua atau perantara. Data yang telah diolah atau diinterpretasikan serta disajikan dengan kepentingan pemegang data. Data diperoleh dari jurnal, website,

buku, dan lainnya (Abdillah & Hartono, 2021). Data diperoleh dari jurnal, artikel, website, buku, arsip Pasar Manis Purwokerto dan Bank Indonesia.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner / Angket

Dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Teknik atau metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Sedangkan skala pengukurannya menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala untuk mengukur sikap responden. Dengan pengukuran, skor pernyataan dimulai dari 1 untuk sangat tidak setuju (STS), 2 untuk tidak setuju (TS), 3 untuk netral (N), 4 untuk setuju (S), dan 5 untuk sangat setuju (SS) (Sugiyono, 2018).

b. Studi Pustaka

Meninjau atau mengutip secara langsung dari studi penelitian sebelumnya tentang masalah atau kejadian yang dapat berfungsi sebagai landasan teori untuk penelitian sebagai studi literatur. Dokumentasi adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi untuk membantu penelitian yang berasal dari buku, arsip, dokumen, gambar-gambar, dan lainnya yang dapat membantu penelitian (Sugiyono, 2018).

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan jenis SEM-PLS atau *partial least square*. Model persamaan struktural SEM berbasis komponen atau varian disebut PLS (*Partial Least Square*). Dengan beralih dari teknik SEM berbasis kovarians ke teknik berbasis varian, PLS merupakan metode alternatif. SEM yang menggunakan kovarian biasanya meneliti teori atau sebab akibat, sedangkan PLS terutama difokuskan pada model prediktif. Dalam penelitian ini direkomendasikan penggunaan SEM-PLS yakni ketika tujuan dalam analisis berkaitan dengan pengujian *theoretical framework* dari *prediction perspective* (Hair et al., 2021).

Software yang digunakan yakni SmartPLS 3.0. Untuk pengujian dengan metode SEM- PLS terdapat tiga tahapan yakni:

a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisa pengukuran model (*measurement model*) dilakukan untuk pengujian tingkat validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk model tersebut.

1) Uji Validitas

Dilakukan untuk mengetahui instrumen yang digunakan apakah sudah dapat dilakukan untuk mengukur. Ada 2 macam validitas yang digunakan:

a) Validitas *convergent*: nilai *loading factor* > 0,70 sangat baik, namun > 0,60 sudah dianggap cukup. Serta nilai *average variance extracted* (AVE) harus > 0,5 (Ghozali, 2015).

b) Validitas *discriminant*: nilai *cross loading* untuk setiap variabelnya harus > 0,7 (Ghozali, 2015).

2) Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk mengukur keakuratan, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam model. Untuk mengukur reliabilitas ada dua cara yakni *Cronbach's Alpha & Composite Reliability* dengan nilai masing- masing > 0,70 untuk penelitian *confirmatory* dan > 0,6 untuk penelitian *exploratory* (Ghozali, 2015).

Tabel 3. 2 Rule of Thumb Outer Model

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Konvergent	<i>Loading Factor</i>	> 0,70 untuk penelitian <i>confirmatory</i> > 0,60 untuk penelitian <i>exploratory</i>
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,50 untuk penelitian <i>exploratory</i> maupun

		<i>confirmatory</i> .
Validitas Diskriminan	<i>Cross Loading</i>	Loading ke model lain harus lebih rendah daripada nilai loading pada konstruksya.
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0,70 untuk penelitian <i>confirmatory</i> > 0,60 masih bisa diterima untuk penelitian <i>exploratory</i>
	<i>Composite Reliability</i>	> 0,70 untuk penelitian <i>confirmatory</i> > 0,60 masih bisa diterima untuk penelitian <i>exploratory</i>

Sumber: (Ghozali, 2015)

b. Model Struktural (*Inner Model*)

Untuk menguji hubungan atau keterkaitan antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya baik variabel eksogen maupun endogen. Analisis pada *inner model* dilihat dari nilai *R Square*. Dengan keterangan nilai *R Square* 0,75 (kuat) 0,5 (moderate) 0,25 (lemah).

Tabel 3. 3 Rule of Thumb Inner Model

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-Square</i>	0,75 (kuat), 0,5 (moderate), 0,25 (lemah)
<i>Significance level</i>	0,05

Sumber : (Ghozali, 2015)

c. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat dan mengetahui atau menguji seberapa besar pengaruh variabel eksogen (X) mempengaruhi variabel endogen (Y). Hasil analisis dilihat dalam *path coefficients* yang diperoleh lewat *bootstrapping*. Uji *t- statistic* digunakan untuk menguji hipotesis sekaligus melihat nilai signifikansi. Nilai t-tabel = 1.96 pada tingkat signifikansi 5% (tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5%). T-statistik > t-tabel artinya indikator tersebut valid dan reliabel sebagai pengukur pada konstruk. Disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen (Ghozali, 2015).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Pasar Manis Purwokerto

Pasar Manis Purwokerto merupakan pasar tradisional atau pasar rakyat yang terletak di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas. Pasar Manis Purwokerto termasuk ke dalam wilayah kerja dan sekaligus sebagai pusat pelaksanaan teknis operasional UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II yang mengawasi 6 pasar lainnya yakni Pasar Prathista Harsa, Pasar Pon, Pasar Pahing, Pasar Kober, Pasar Ikan Mina Restu, dan Pasar Cikebrok. Pasar Manis Purwokerto sendiri dibangun pada tahun 1970 hingga kini masih beroperasi dan berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat, serta menjadi pasar terbaik dan paling inovatif di Indonesia. Pada tahun 2015, Pasar Manis Purwokerto merupakan salah satu pasar yang dipilih untuk proyek pembangunan kembali atau revitalisasi 1.000 pasar rakyat. Pasar Manis ini dibangun kembali di lokasi yang sebelumnya adalah Gedung Kesenian Soetedja (GKS) di Jalan Jend. Gatot Subroto. Presiden Joko Widodo ikut menghadiri dan memimpin langsung peletakan batu pertama pembangunan Pasar Manis pada tanggal 30 Juni 2015. Peresmian pasar dilakukan pada tanggal 4 Mei 2016. Pasar rakyat yang bersertifikat standar SNI 8152-2015, Pasar Manis Purwokerto telah berevolusi menjadi pasar yang bersih, nyaman, dan tertata rapi serta lengkap menyediakan kebutuhan sehari-hari (Arsip Pasar Manis Purwokerto, 2023).

Pasar Manis memiliki luas tanah sekitar 5.925 m² dan luas bangunan 4.930 m². Setelah adanya revitalisasi pasar, Pasar Manis Purwokerto pada awalnya merupakan sebuah pasar tradisional atau pasar rakyat, namun kini telah berevolusi menjadi pasar semi modern. Pasar Manis yang terdiri dari dua lantai ini memiliki pasar utama di lantai dasar dan beberapa ruang publik,

termasuk musholla, bank dan ATM, serta ruang serbaguna di lantai atas. Pasar Manis telah diatur sedemikian rupa sehingga memudahkan pelanggan untuk berbelanja dengan menggunakan sistem zonasi yang dilengkapi dengan informasi atau penanda blok berdasarkan klasifikasi, seperti sayuran, buah-buahan, daging mentah, ikan laut, rempah-rempah, kebutuhan sehari-hari, dan bagian kuliner. Pasar Manis Purwokerto mendapat penghargaan sebagai pasar rakyat dengan pengelolaan terbaik dari kementerian perdagangan. Diharapkan Pasar Manis dapat terus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya, kesejahteraan masyarakat hingga dapat meningkatkan dan memperkuat perekonomian nasional. Sehingga membuat masyarakat akan lebih tertarik untuk mengunjungi Pasar Manis dan merasa lebih nyaman untuk berbelanja jika pasar memiliki fasilitas yang lebih lengkap.

Pasar manis juga menjadi proyek percontohan digitalisasi transaksi pembayaran dengan QRIS yang diresmikan dan diimplementasikan 9 September 2020 pada masa pandemi sampai dengan sekarang. proyek percontohan ini diawasi oleh pengeola Pasar Manis serta diawasi langsung oleh PJSP (Penyedia Jasa Sistem Pembayaran) dalam hal ini Bank BRI dan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Purwokerto. Karena banyaknya prestasi yang telah diraih oleh Pasar Manis Purwokerto serta telah menjadi pasar yang memenuhi persyaratan S.I.A.P QRIS (Sehat, Inovatif, dan Aman Pakai), maka KPw Bank Indonesia Purwokerto memilih pasar manis sebagai proyek percontohan untuk implementasi QRIS di pasar rakyat Kabupaten Banyumas. Hingga sekarang sebanyak 174 kios dan los serta 26 lapak kuliner malam sudah siap dan menyediakan QRIS untuk pembayaran nontunai (Arsip Pasar Manis Purwokerto,2023).

Gambar 4.1 Pasar Manis Purwokerto



Sumber: Data primer diolah, 2023

2. Lokasi Pasar Manis Purwokerto

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang terletak di antara garis lintang 70° 15' 05" dan 70° 37' 10" LS dan garis bujur 108° 39' 17" dan 109° 27' 15" BT. Terdapat 331 desa atau kelurahan di wilayah seluas 1327,59 km² (atau 4,04%) dari total luas wilayah Kabupaten Banyumas, yang terbagi dalam 27 kecamatan. Berdasarkan letak geografisnya, Kabupaten Banyumas sendiri berbatasan langsung dengan beberapa kabupaten yakni: (BPS, 2023)

- a. Wilayah utara : Kabupaten Tegal dan Pemasang.
- b. Wilayah timur : Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara dan Kebumen.
- c. Wilayah selatan : Kabupaten Cilacap
- d. Wilayah barat : Berbatasan dengan Kabupaten Cilacap dan Brebes

Pasar Manis Purwokerto terletak di tengah Kota Purwokerto, Banyumas. Pasar Manis Purwokerto berada di Jalan Jend. Gatot Subroto, Pesayangan, Kedungwuluh, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas. Pasar Manis terletak di lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar, dan memiliki halte bus tepat di depan pintu masuk. Lokasinya berdekatan dengan pusat pemerintahan Kabupaten Banyumas.

3. Visi dan Misi Pasar Manis Purwokerto

Visi : Menciptakan Pasar Manis sebagai tempat pemberdayaan ekonomi masyarakat sekaligus menjadikannya sebagai pasar yang bersih, sehat, aman, dan nyaman.

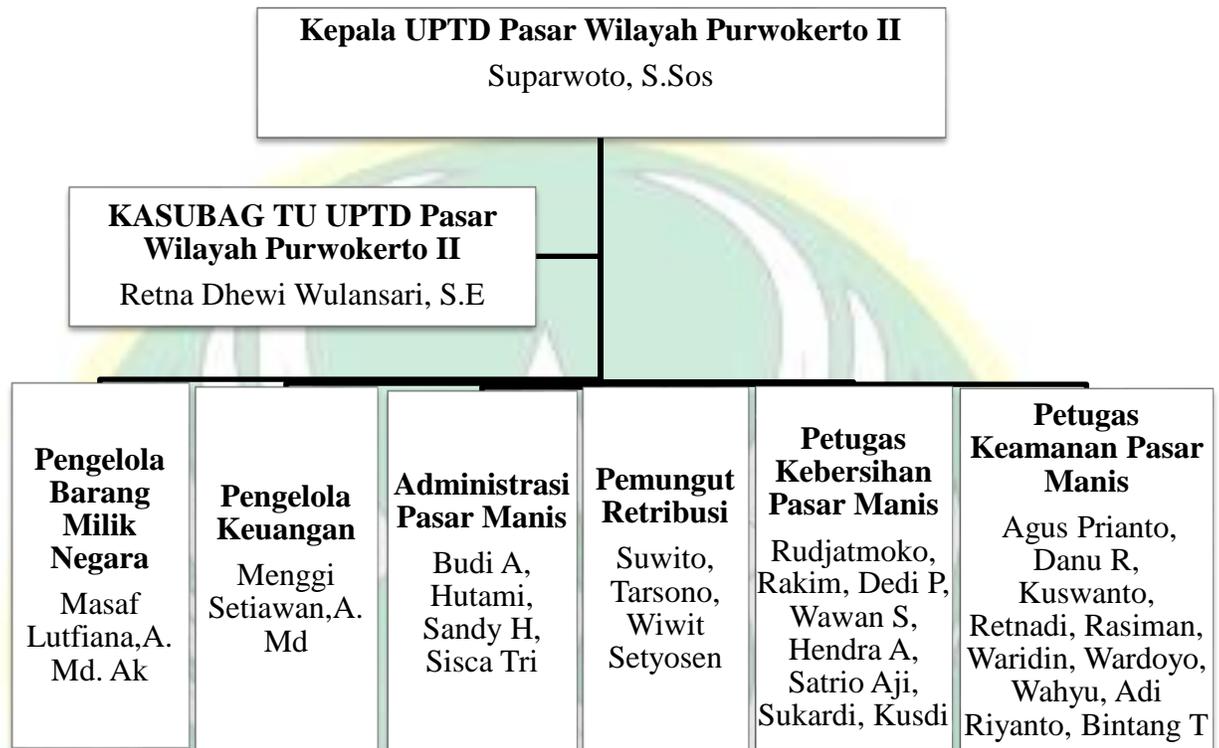
Misi :

- a. Meningkatkan kebersihan, keamanan, ketertiban serta kenyamanan.
- b. Memberikan pelayanan yang baik kepada pedagang, pembeli dan pengguna jasa fasilitas pasar.
- c. Mengubah pola pikir dan perilaku pengelola pasar serta pedagang dalam mewujudkan pasar yang bersih aman dan nyaman.
- d. Menjadikan pasar Manis sebagai sarana ekonomi, edukasi, serta sarana pelayanan (Arsip Pasar Manis Purwokerto,2023).

4. Struktur Organisasi UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II (Pasar Manis Purwokerto)

UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II merupakan bagian dari pelaksana teknis Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang melaksanakan sebagian kegiatan teknis operasional atau kegiatan teknis penunjang. Pasar Manis Purwokerto merupakan pusat UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II yang strukturnya tidak dipimpin oleh kepala pasar. Namun dikelola langsung oleh Kepala UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II yang bertanggung jawab langsung kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Kemudian dibantu oleh KASUBAG TU yang mengawasi pula pasar-pasar lain di wilayah Purwokerto II. Dan memiliki kelompok jabatan fungsional dan/ atau pelaksana Pasar Manis Purwokerto (Arsip Pasar Manis Purwokerto, 2023).

Gambar 4. 2 Struktur Organisasi UPTD Pasar Wilayah Purwokerto II (Pasar Manis Purwokerto)



Sumber: Data Sekunder Arsip Pasar Manis Purwokerto,2023

B. Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah informasi mengenai jenis kelamin responden berdasarkan temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Laki – Laki	24	24%
2.	Perempuan	76	76%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa responden laki- laki berjumlah 24 orang (24%) sedangkan perempuan berjumlah 76 orang (76%). Sehingga dapat diartikan sebagian besar responden adalah perempuan dengan jumlah 76 orang.

2. Responden Berdasarkan Usia

Dari temuan hasil penelitian dan informasi yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh informasi mengenai usia responden sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	≤ 20 Tahun	3	3 %
2.	21 – 29 Tahun	92	92 %
3.	≥ 30 Tahun	5	5 %
Jumlah		100	100%

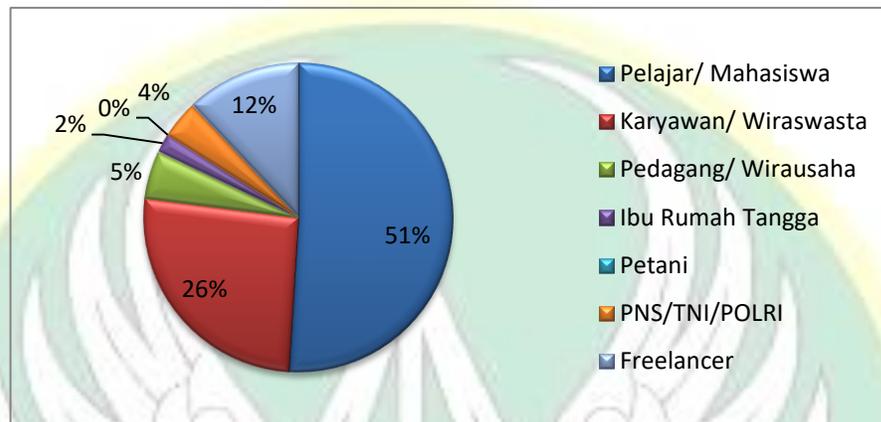
Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa karakteristik usia responden ≤ 20 tahun adalah 3 orang (3%), responden berusia 21 – 29 tahun berjumlah 92 orang (92%), dan responden yang berusia ≥ 30 Tahun berjumlah 5 orang (5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Pasar Manis Purwokerto didominasi oleh masyarakat yang berusia antara 21 – 29 Tahun yakni sebesar 92%.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah informasi mengenai pekerjaan responden diperoleh berdasarkan temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner:

Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaannya yakni pelajar/ mahasiswa yakni 51%, karyawan berjumlah 26%, pedagang/ wirausaha 5%, ibu rumah tangga 2%, *freelancer* sebanyak 12%, PNS 4% dan petani 0%. Dari data tersebut responden didominasi oleh pelajar/ mahasiswa yakni 51%.

4. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan temuan penelitian dan informasi yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh informasi mengenai pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SD/MI Sederajat	0	0%
2.	SMP/ MTS Sederajat	0	0%
3.	SMA/MA/SMK Sederajat	59	59%
4.	S1	40	40%
5.	Diploma	1	1%
Jumlah		100	100%

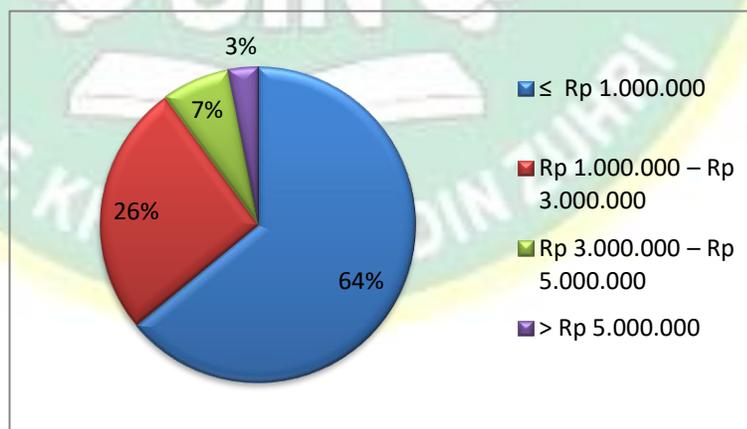
Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan diagram tersebut dapat dilihat bahwa responden berdasarkan pendidikan terakhirnya didominasi oleh SMA/MA/SMK sederajat yakni berjumlah 59%, dan S1 berjumlah 40%, serta diploma berjumlah 1% .

5. Responden Berdasarkan Rata- Rata Penghasilan

Berdasarkan temuan penelitian dan informasi yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh informasi terkait penghasilan responden sebagai berikut

Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata- Rata Penghasilan



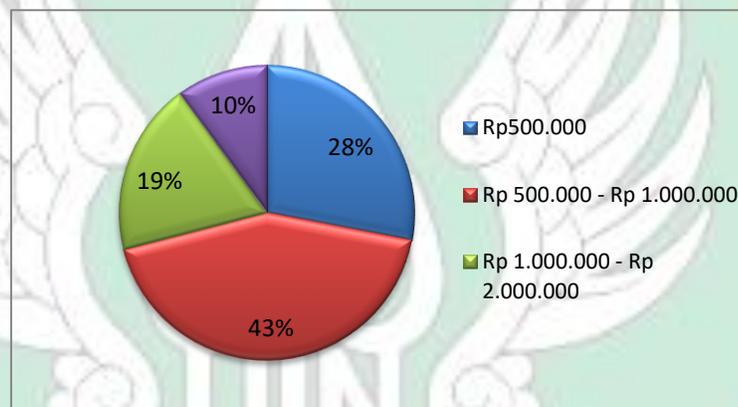
Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan diagram tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata pendapatan responden dengan frekuensi terbanyak terdapat pada nominal pendapatan \leq Rp 1.000.000. Dan frekuensi paling sedikit yakni terdapat pada nominal pendapatan $>$ Rp 5.000.000.

6. Responden Berdasarkan Pengeluaran

Berdasarkan temuan penelitian dan informasi yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh informasi mengenai rata-rata pengeluaran responden sebagai berikut:

Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran



Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari diagram tersebut diketahui bahwa rata-rata pengeluaran dari 100 responden adalah Rp 500.000 – Rp 1.000.000 dengan frekuensi terbanyak yakni 43%.

7. Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan QRIS

Berikut adalah informasi mengenai pengalaman penggunaan QRIS pada responden diperoleh berdasarkan penelitian dan data di lapangan yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner:

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan QRIS

No.	Pengalaman Penggunaan QRIS	Frekuensi	Persentase
1.	Pernah menggunakan	100	100%
2.	Tidak pernah menggunakan	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh informasi bahwa semua responden dalam penelitian ini telah memiliki pengalaman atau pernah menggunakan QRIS untuk bertransaksi.

C. Distribusi Tanggapan Responden

Penelitian ini terdiri dari beberapa variabel diantaranya adalah *Trust* (TR), kemudahan penggunaan (KP), psikografis (PS), literasi keuangan (LK), dan perilaku bertransaksi (PB). Berikut adalah rekapitulasi dan tabulasi dari jawaban responden:

Tabel 4. 5 Distribusi Dari Jawaban Responden Penelitian

No	P	1		2		3		4		5		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	TR1	0	0	2	2	19	19	56	56	23	23	100	100
2	TR2	0	0	0	0	23	23	59	59	18	18	100	100
3	TR3	0	0	2	2	21	21	54	54	23	23	100	100
4	TR4	0	0	1	1	20	20	64	64	15	15	100	100
5	KP1	0	0	8	8	16	16	42	42	34	34	100	100
6	KP2	0	0	4	4	27	27	49	49	20	20	100	100

No	P	1		2		3		4		5		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
7	KP3	0	0	6	6	26	26	45	45	23	23	100	100
8	KP4	1	1	1	1	9	9	46	46	43	43	100	100
9	KP5	1	1	0	0	12	12	41	41	46	46	100	100
10	KP6	2	2	0	0	7	7	49	49	42	42	100	100
11	PS1	1	1	4	4	26	26	25	25	44	44	100	100
12	PS2	0	0	3	3	25	25	36	36	36	36	100	100
13	PS3	0	0	4	4	23	23	31	31	42	42	100	100
14	PS4	0	0	7	7	25	25	34	34	34	34	100	100
15	PS5	0	0	4	4	18	18	28	28	50	50	100	100
16	PS6	0	0	5	5	22	22	34	34	39	39	100	100
17	LK1	0	0	4	4	27	27	31	31	38	38	100	100
18	LK2	0	0	6	6	22	22	34	34	38	38	100	100
19	LK3	0	0	5	5	28	28	33	33	34	34	100	100
20	LK4	0	0	2	2	29	29	43	43	26	26	100	100
21	LK5	0	0	3	3	27	27	45	45	25	25	100	100
22	PB1	0	0	5	5	22	22	33	33	40	40	100	100
23	PB2	0	0	2	2	23	23	34	34	41	41	100	100
24	PB3	0	0	3	3	28	28	42	42	27	27	100	100
25	PB4	0	0	2	2	21	21	47	47	30	30	100	100

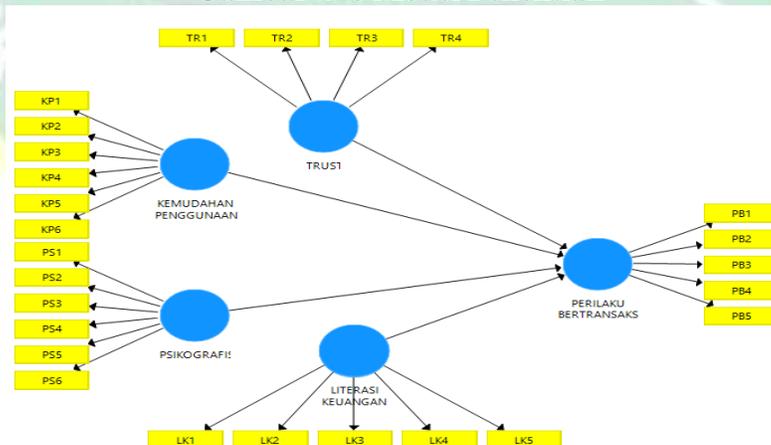
No	P	1		2		3		4		5		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
26	PB5	0	0	1	1	23	23	46	46	30	30	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

D. Hasil Penelitian

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SmartPLS 3.0. SEM PLS merupakan metode statistika SEM berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data seperti ukuran sampel penelitian yang kecil, atau ada data yang hilang (*missing values*) dan multikolinearitas (Abdillah & Hartono, 2021). Evaluasi model *Partial Least Square (PLS)* dilakukan dengan evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model*. Tiga tugas dilakukan secara bersamaan selama analisis dalam SEM PLS: mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen, mengevaluasi model yang menggambarkan hubungan antara variabel, dan mengevaluasi kesesuaian model atau kecocokan model untuk prediksi (Alfa, 2017).

Gambar 4. 6 Model Penelitian



(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

1. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas

1) Validitas Konvergen

Merupakan evaluasi yang dilakukan pada masing-masing indikator terhadap konstruk. Indikator dianggap valid apabila nilai korelasi $> 0,70$. Namun demikian untuk pengembangan skala, nilai loading antara 0,50 – 0,60 masih dapat dikatakan valid (Chin W, 1998).

Tabel 4. 6 Loading Factors

	<i>TR</i>	<i>KP</i>	<i>PS</i>	<i>LK</i>	<i>PB</i>	Keterangan
<i>TR1</i>	0,928					Valid
<i>TR2</i>	0,923					Valid
<i>TR3</i>	0,901					Valid
<i>TR4</i>	0,907					Valid
<i>KP1</i>		0,786				Valid
<i>KP2</i>		0,872				Valid
<i>KP3</i>		0,816				Valid
<i>KP4</i>		0,711				Valid
<i>KP5</i>		0,814				Valid
<i>KP6</i>		0,704				Valid
<i>PS1</i>			0,879			Valid
<i>PS2</i>			0,835			Valid
<i>PS3</i>			0,909			Valid
<i>PS4</i>			0,910			Valid
<i>PS5</i>			0,885			Valid
<i>PS6</i>			0,914			Valid
<i>LK1</i>				0,873		Valid
<i>LK2</i>				0,914		Valid
<i>LK3</i>				0,902		Valid

	<i>TR</i>	<i>KP</i>	<i>PS</i>	<i>LK</i>	<i>PB</i>	Keterangan
<i>LK4</i>				0,859		Valid
<i>LK5</i>				0,851		Valid
<i>PB1</i>					0,861	Valid
<i>PB2</i>					0,855	Valid
<i>PB3</i>					0,885	Valid
<i>PB4</i>					0,891	Valid
<i>PB5</i>					0,881	Valid

(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil pengolahan data dari *calculate PLS Algorithm* bahwa indikator dari tiap variabel nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70. Maka dari hasil output tersebut dapat dikatakan semua indikator dalam penelitian telah memenuhi validitas konvergen.

Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
KP	0,618
LK	0,775
PB	0,765
PS	0,790
TR	0,837

(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

Selain *loading factor*, dapat dilihat pula dari nilai AVE dengan nilai > 0,5 maka pengukuran validitas konvergen dianggap bagus dan indikator dapat menjelaskan variannya (Ghozali, 2015). Semua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai AVE lebih dari 0,5 yang berarti semuanya valid.

2) Validitas Diskriminan

Dilakukan untuk menentukan apakah suatu indikator benar- benar sebagai pengukur yang baik untuk konstruknya. Setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruknya saja (Ghozali, 2015).

Tabel 4. 8 *Discriminant Validity**Cross Loading*

	KP	LK	PB	PS	TR	Keterangan
KP1	0,786	0,698	0,678	0,685	0,596	Valid
KP2	0,872	0,667	0,563	0,548	0,492	Valid
KP3	0,816	0,574	0,489	0,491	0,494	Valid
KP4	0,711	0,441	0,415	0,525	0,226	Valid
KP5	0,814	0,575	0,515	0,603	0,406	Valid
KP6	0,704	0,536	0,405	0,426	0,226	Valid
LK1	0,665	0,873	0,707	0,702	0,577	Valid
LK2	0,652	0,914	0,727	0,730	0,594	Valid
LK3	0,677	0,902	0,773	0,717	0,557	Valid
LK4	0,650	0,859	0,722	0,719	0,489	Valid
LK5	0,674	0,851	0,683	0,687	0,502	Valid
PB1	0,681	0,832	0,861	0,789	0,664	Valid
PB2	0,505	0,636	0,855	0,687	0,500	Valid
PB3	0,563	0,697	0,885	0,693	0,559	Valid
PB4	0,566	0,689	0,891	0,670	0,566	Valid
PB5	0,584	0,715	0,881	0,720	0,587	Valid
PS1	0,585	0,688	0,691	0,879	0,505	Valid
PS2	0,606	0,676	0,743	0,835	0,549	Valid
PS3	0,651	0,716	0,704	0,909	0,549	Valid
PS4	0,612	0,727	0,734	0,910	0,489	Valid

PS5	0,659	0,743	0,772	0,885	0,622	Valid
PS6	0,658	0,755	0,706	0,914	0,577	Valid
TR1	0,506	0,598	0,650	0,574	0,928	Valid
TR2	0,516	0,582	0,607	0,576	0,923	Valid
TR3	0,455	0,531	0,588	0,567	0,901	Valid
TR4	0,511	0,547	0,575	0,544	0,907	Valid

(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

Berdasarkan pengujian validitas diskriminan dengan *cross loading* pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi indikator-indikator di variabel lain, semua indikator memiliki koefisien korelasi yang lebih tinggi dengan masing-masing variabel. Nilai pada setiap konstruknya $> 0,7$ oleh karena itu dapat dikatakan semua indikatornya valid.

b. Uji Reliabilitas

Variabel laten akan dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7 (Hair et al., 2021).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	Syarat	<i>Composite Reliability</i>	Syarat	Keterangan
KP	0,877	$>0,70$	0,906	$>0,70$	Reliabel
LK	0,927	$>0,70$	0,945	$>0,70$	Reliabel
PB	0,923	$>0,70$	0,942	$>0,70$	Reliabel
PS	0,947	$>0,70$	0,958	$>0,70$	Reliabel
TR	0,935	$>0,70$	0,953	$>0,70$	Reliabel

(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

1) *Cronbch's Alpha*

Hasil analisis data pada tabel menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* $> 0,7$ yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang ingin diukur. Dengan nilai *cronbach's alpha* dari Kemudahan Penggunaan (0,877); Literasi Keuangan (0,927); Perilaku Bertransaksi (0,923); Psikografis (0,947); *Trust* (0,935).

2) *Composite Reliability*

Dari hasil analisis data pada tabel terlihat jelas bahwa nilai *composite reliability* $> 0,7$ dan dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dapat diandalkan untuk mengukur konstruksinya. Dengan nilai *composite reliability* yang diketahui yakni Kemudahan Penggunaan (0,906); Literasi Keuangan (0,945); Perilaku Bertransaksi (0,942); Psikografis (0,958); *Trust* (0,953).

2. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis model struktural atau inner model ini adalah dengan melihat *R Square* pada variabel endogen. Pengujian *R Square* ini digunakan untuk melihat dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen (Ghozali, 2021).

Tabel 4.10 *R Square*

<i>R Square</i>		Kategori
Perilaku Bertransaksi (PB)	0,761	Kuat

(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

Dari tabel tersebut diketahui bahwa variabel perilaku bertransaksi sebagai variabel endogen memiliki nilai *R Square* sebesar 0,761 artinya dari model yang dibangun variabel eksogen yang digunakan 76,1% mampu menjelaskan variabel PB yang dipengaruhi oleh variabel TR, KP, PS dan LK kemudian sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Semakin

tinggi nilai *R Square* maka akan semakin besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen sehingga persamaan strukturalnya akan semakin baik.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan *bootstrapping* dan perhitungannya dapat dilihat dari nilai *Path Coefficient* yakni nilai *P Values* dan *t statistic* (Sholihin & Ratmono, 2020).

Tabel 4.11 Path Coefficients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEVI)</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
KP ⇒ PB	-0,007	0,082	0,935	Tidak Berpengaruh Signifikan
LK ⇒ PB	0,407	4,159	0,000	Berpengaruh Signifikan
PS ⇒ PB	0,384	4,188	0,000	Berpengaruh Signifikan
TR ⇒ PB	0,177	2,828	0,005	Berpengaruh Signifikan

(Sumber: *Output SmartPLS 3.0*)

Pengujian dilakukan dengan melihat tabel *path coefficient* untuk melihat signifikansi pengaruh variabel laten dengan konstraknya. Nilai *P Values* < 0,05 atau 5% maka dapat dipastikan bahwa semua variabel signifikan secara reflektif mampu mencerminkan konstruk atau variabel Perilaku Bertransaksi (PB) diperjelas dengan nilai *t Statistics* > 1,960.

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa Pengaruh *trust* terhadap perilaku bertransaksi memiliki nilai *original sample* (0,155) artinya berpengaruh positif, dan memiliki nilai *t statistic* sebesar 2,828 (> 1,960) lalu

nilai p values 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 maka artinya berpengaruh signifikan. Maka **hipotesis pertama (H1) diterima**.

Pengaruh kemudahan penggunaan (KP) terhadap perilaku bertransaksi memiliki nilai *original sample* sebesar -0,007 yang artinya berpengaruh negatif. Serta nilai *t statistic* sebesar 0,082 (lebih kecil dari 1,960) dan nilai p values 0,935 yakni nilainya $> 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Maka **hipotesis kedua (H2) ditolak**.

Pengaruh psikografis (PS) terhadap perilaku bertransaksi memiliki nilai *original sample* (0,384) artinya berpengaruh positif, dan memiliki nilai *t statistic* sebesar 4,188 ($> 1,960$) lalu nilai p values 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka berpengaruh signifikan. Maka **hipotesis ketiga (H3) diterima**.

Pengaruh literasi keuangan (LK) terhadap perilaku bertransaksi memiliki nilai *original sample* (0,407) artinya berpengaruh positif, dan memiliki nilai *t statistic* sebesar 4,159 ($> 1,960$) lalu nilai p values 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka berpengaruh signifikan. Maka **hipotesis keempat (H4) diterima**.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk memberikan gambaran umum tentang temuan penelitian dari pengaruh *trust*, kemudahan penggunaan, psikografis, dan literasi keuangan terhadap perilaku bertransaksi perspektif konsumsi Islam (studi pada Pasar Manis Purwokerto sebagai *pilot project* penerapan QRIS di Banyumas).

1. Pengaruh *Trust* terhadap Perilaku Bertransaksi di Pasar Manis Purwokerto

Berdasarkan temuan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *trust* atau kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku bertransaksi masyarakat di Pasar Manis Purwokerto. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis bahwa nilai *t statistic* sebesar 2,828 ($> 1,960$) lalu nilai p values 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 maka artinya memiliki pengaruh

yang signifikan. Menunjukkan bahwa perilaku bertransaksi akan naik seiring semakin meningkatnya kepercayaan atau *trust*. Selain itu dalam temuan hasil penelitian pengaruh *trust* terhadap perilaku bertransaksi memiliki nilai *original sample* (0,177) artinya berpengaruh positif. Hasil dari pengaruh *trust* terhadap perilaku bertransaksi menyatakan bahwa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada masyarakat atau **hipotesis pertama (H1) diterima**. Semakin besar tingkat kepercayaan pengguna atau konsumen kepada pihak penyedia layanan sistem pembayaran maka akan semakin besar pula perilaku bertransaksi menggunakan QRIS sebagai alternatif pembayaran nontunai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kurnianingsih & Maharani, 2020) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah” dengan hasilnya yakni diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e- money* di Jawa Tengah. Sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tobuhu et al., 2022) “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi pada Bank BNI Cabang Gorontalo)” bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan mobile banking pada Bank BNI Cabang Gorontalo.

Menurut (Rahardjo et al., 2019) kepercayaan adalah kesiapan untuk tetap setia pada penyedia layanan dalam hal seseorang memiliki harapan yang tinggi terhadap perilaku potensial penyedia layanan di masa depan. Kepercayaan sebagai pendapat yang dipegang oleh konsumen dalam suatu hubungan, terutama dalam menghadapi bahaya dan ketidakpastian. Dalam hal ini penyedia layanan harus memberikan rasa aman dan jaminan kepada pengguna uang elektronik terhadap semua aspek transaksi nontunai agar ada kepercayaan dalam penggunaan uang elektronik (Naufaldi &

Tjokrosaputro, 2020). Sejalan dengan teori tersebut, pendapat dari para responden pada pertanyaan kuesioner terbuka mengenai variabel kepercayaan atau *trust* adalah bahwa kepercayaan menjadi faktor yang penting dalam perilaku bertransaksi. Beberapa alasan pengguna percaya untuk menggunakan QRIS diantaranya karena QRIS memiliki tingkat keamanan dan dapat melindungi data transaksi dari pengguna, diawasi langsung oleh Bank Indonesia serta memiliki berbagai manfaat yang memberikan rasa aman kepada penggunanya. Dalam Islam aspek kepercayaan terdapat dalam QS.Al Anfal:27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”

Setiap transaksi harus dilakukan dengan itikad yang baik dan tanpa ada unsur penipuan atau kerugian bagi salah satu pihak. Dalam konteks ini, teknologi yang digunakan untuk melakukan transaksi nontunai seperti pembayaran melalui *QR code* ataupun aplikasi *mobile banking* harus dipercayai oleh para pelaku bisnis maupun konsumen agar tidak menimbulkan keraguan terkait dengan keamanan data maupun dana yang ditransaksikan. Secara umum, transaksi nontunai telah sesuai dengan *Maqasid Syariah* karena transaksi yang dilakukan dengan menggunakan *QR Code* atau *e-wallet* telah dijamin dengan keamanan yang baik seperti penggunaan PIN yang dapat mencegah penyalahgunaan jika terjadi pencurian atau kehilangan. Selain itu, transaksi nontunai ini dapat digunakan untuk mengontrol pengeluaran yang berlebihan, dan kehalalan *e-wallet* telah dicapai dengan menjauhkan uang elektronik dari hal-hal yang dilarang oleh syariat dan dengan akad transaksi yang jelas (Muamar & Alparisi, 2017).

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Bertransaksi di Pasar Manis Purwokerto

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku bertransaksi masyarakat di Pasar Manis Purwokerto. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis bahwa nilai *original sample* -0,007 yang berarti memiliki pengaruh negatif. Kemudian nilai T statistic (0,082) < 1,960 dan nilai p values (0,935) > 0,05 yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Jadi hasil dari pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku bertransaksi adalah tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku bertransaksi atau **hipotesis kedua (H2) ditolak**. Artinya semakin mudah penggunaan suatu produk atau layanan, maka perilaku bertransaksi seseorang cenderung tidak akan terlalu dipengaruhi oleh faktor tersebut

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat atau responden yang belum begitu paham dengan sistem penggunaan dan enggan menggunakan QRIS meskipun sudah tersedia. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai “pengaruh negatif” dan hanya sedikit orang saja yang memang sudah terbiasa menggunakan QRIS untuk bertransaksi di pasar maka bisa dikatakan “pengaruh tidak signifikan”. Berdasarkan temuan hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Awalina, 2019) “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server Dikalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam” bahwa variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan uang elektronik masih banyak responden yang belum begitu paham akan sistem. Sejalan dengan penelitian (Kurnianingsih & Maharani, 2020) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah”

bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money di Jawa Tengah”.

Kemudahan menurut Mathieson (dalam Ningsih et al., 2021) merupakan kepercayaan dan keyakinan seorang individu dalam menggunakan sistem tertentu ataupun teknologi tertentu dengan gampang. Gagasan tentang kemudahan berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Sebuah teknologi akan diterapkan oleh seseorang jika menurutnya teknologi tersebut mudah digunakan. Namun dalam implementasi QRIS untuk pembayaran nontunai di Pasar Manis Purwokerto, kemudahan penggunaan masih menjadi kendala yang disebabkan oleh faktor-faktor lain. Pengenalan teknologi kepada *merchant* (pedagang) yang bekerja sama dengan pihak penyedia layanan masih minim. Meskipun sudah banyak pedagang yang memiliki QRIS di kios namun belum dapat digunakan maksimal, masih terkendala dengan ponsel yang digunakan oleh pedagang untuk sinkronisasi dengan pemberitahuan uang yang masuk ke rekening. Mayoritas pedagang di pasar juga berusia lanjut sehingga kurang terbiasa dengan alat pembayaran nontunai. Sehingga masih banyak pedagang yang menolak untuk menerima transaksi menggunakan QRIS dan lebih menyukai untuk menggunakan transaksi pembayaran dengan uang tunai karena dinilai lebih gampang dipergunakan untuk perputaran modal selanjutnya dan tidak perlu mengambil uang ke ATM atau teras Bank BRI. Meskipun dalam operasinya QRIS mudah digunakan, dengan adanya hal tersebut mengakibatkan banyak pembeli atau pengunjung pasar yang akhirnya melakukan transaksi dengan uang tunai dibandingkan dengan QRIS. Disamping itu, pembeli membutuhkan koneksi internet yang baik dan harus mengisi saldo di *e-wallet* terlebih dahulu sebelum berbelanja. Walaupun transaksi QRIS memudahkan aktivitas namun masih banyak yang merasa lebih praktis menggunakan uang tunai saat berbelanja di pasar.

Pertumbuhan *fintech* di industri perbankan dapat membuat transaksi dan pembayaran digital menjadi lebih nyaman. Kemudahan transaksi yang dimungkinkan oleh pembayaran digital mendorong konsumen untuk membelanjakan lebih banyak uang untuk hal-hal yang dapat memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan selain kebutuhan dasar. Dalam Islam, konsumsi seseorang bertujuan untuk mencapai *maslahah* sebagaimana dalam QS. Al- Baqarah:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۖ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa batasan-batasan Islam dalam hal konsumsi adalah mengkonsumsi produk yang halal, hidup sederhana, menghindari kemewahan dan pemborosan, serta menahan diri dari kebohongan dan kekikiran. Meskipun pilihan sistem pembayaran untuk bertransaksi memudahkan manusia namun dalam penggunaannya tetap harus memperhatikan batasan- batasannya dan kenyamanan yang dirasakan untuk mencapai *maslahah* (Puspitasari & Indrarini, 2021).

3. Pengaruh Psikografis terhadap Perilaku Bertransaksi di Pasar Manis Purwokerto

Hasil penelitian diketahui bahwa variabel psikografis memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku bertransaksi masyarakat di Pasar Manis Purwokerto. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis bahwa nilai *original sample* 0,384 berarti memiliki pengaruh yang positif. Kemudian nilai *T statistic* 4,188 yakni $> 1,960$ dan nilai *p values* $(0,000) < 0,05$ yang berarti memiliki pengaruh signifikan. Sikap positif dalam diri konsumen terhadap teknologi dapat membantu meningkatkan minat atau preferensi

dalam perilaku bertransaksi dapat dikatakan bahwa **hipotesis ketiga (H3) diterima.**

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eka Muttasari & Lukiastuti, 2020) “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap *Cashless Transaction Behavior* (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora)” bahwa gaya hidup (psikografis) berpengaruh positif signifikan terhadap *cashless transaction behavior* karyawan. Penelitian oleh (Amiruddin & Abdullah, 2018) “Psikografis dan Religiusitas dalam Bertransaksi pada BNI Syariah Makassar” menunjukkan bahwa psikografis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam bertransaksi.

Psikografis menurut James et al (dalam Amiruddin & Abdullah, 2018) adalah identifikasi karakteristik yang menggambarkan psikologis atau kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup dan perilaku pembelian seseorang. Menurut teori psikografis, segala sesuatu seperti nilai, sikap, minat, kepribadian, gaya hidup, dan pengalaman berdampak pada bagaimana orang berperilaku sebagai konsumen. Psikografis dapat membantu para penyedia layanan untuk lebih memahami karakteristik dari konsumen mereka. Dengan demikian, akan lebih mudah menyesuaikan strategi pemasaran dan produk/jasa yang ditawarkan sesuai dengan karakteristik konsumen. Masyarakat secara bertahap familiar dengan teknologi yang semakin memudahkan aktivitas. Semenjak masa pandemi semua kegiatan melibatkan digital atau teknologi sampai bertransaksi pun dilakukan nontunai hal ini membuat masyarakat semakin terbiasa. Penggunaan sistem pembayaran nontunai juga dapat memberikan keuntungan bagi konsumen, seperti kemudahan, kecepatan dalam proses transaksi serta mengurangi risiko kehilangan uang tunai. Hal ini tentu saja menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam melakukan transaksi

di pasar. Jika suatu sistem pembayaran tersebut dianggapnya baik, maka akan menjadi salah satu alternatif dalam melakukan transaksi.

Secara umum, konsumsi didasarkan pada dua faktor yaitu kebutuhan (hajat) dan utilitas atau kepuasan (manfaat). Perilaku seseorang dalam mengkonsumsi ditunjukkan apabila suatu produk atau jasa itu dibutuhkan dan mereka mendapatkan manfaat darinya. Islam memudahkan hambanya seperti dalam QS. Al Baqarah: 185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ ۚ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْتُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya : “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”

Dalam konsumsi Islam, pemenuhan kebutuhan dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan dan kehati-hatian. Demikian dengan manfaat mencakup kemaslahatan, faidah dan mencegah dari terjadinya bahaya (Jenita & Rustam, 2017).

4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Bertransaksi di Pasar Manis Purwokerto

Dari penelitian ditemukan hasil bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku bertransaksi masyarakat di Pasar Manis Purwokerto. Hal tersebut dinyatakan dari hasil analisis bahwa nilai *original sample* 0,407 berarti memiliki pengaruh yang positif. Kemudian nilai *T statistic* 4,159 yakni $> 1,960$ dan nilai *p values* $(0,000) < 0,05$ yang berarti memiliki pengaruh signifikan. Dengan meningkatnya literasi keuangan, para konsumen akan lebih mampu menyeleksi produk atau jasa dengan bijak dan sesuai dengan kondisi finansial mereka sehingga dapat menghindari masalah-masalah dalam bertransaksi. Dapat dikatakan bahwa **hipotesis keempat (H4) diterima.**

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Eka Muttasari & Lukiastuti, 2020) “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap *Cashless Transaction Behavior* (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora)” dengan hasil penelitian bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora. Kemudian penelitian dari (Awalina, 2019) “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server di kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam” dengan hasilnya literasi keuangan memiliki kecenderungan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Literasi keuangan menurut Garman dan Fogue (dalam Kartawinata & Mubaraq, 2018) merupakan pengetahuan tentang fakta, konsep, prinsip dan alat teknologi yang mendasari untuk dapat bijak dalam menggunakan uang. Literasi keuangan sangat penting dalam membentuk perilaku bertransaksi yang cerdas dan bijaksana. Dengan meningkatkan literasi keuangannya maka individu akan semakin pintar dalam memilih produk atau jasa serta dapat menghindari masalah-masalah dalam bertransaksi karena telah memiliki pengetahuan dasar tentang pengelolaan uang secara benar. Sejalan dengan teori tersebut, pendapat dari para responden pada pertanyaan kuesioner terbuka mengenai variabel literasi keuangan ini ialah dengan adanya teknologi dalam sistem pembayaran yakni QRIS yang memudahkan dalam bertransaksi menjadikan pengeluaran uang menjadi tidak terasa dan terkadang tidak bisa menahan keinginan sehingga membuat pengeluaran menjadi lebih boros. Namun, dengan pembuatan anggaran keuangan dan adanya catatan transaksi menjadikan penggunaanya lebih dapat untuk mengatur dan mengelola keuangan untuk konsumsi.

Dalam Islam, kegiatan konsumsi tidak ditujukan untuk pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Islam menganjurkan umatnya untuk bertindak secara moderat (tengah-tengah) dan sederhana ketika memenuhi kebutuhan manusia. Sebagaimana dalam QS. al-Isra:27

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros ialah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Seorang konsumen dalam Islam berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya dengan sumberdaya dan anugerah yang telah diciptakan oleh Allah SWT untuk manusia demi kemaslahatan umat. Konsumsi berlebih-lebihan itu merupakan ciri masyarakat yang tidak mengenal tuhan merupakan hal yang tidak boleh dalam Islam karena termasuk israf (berlebihan), tabzir (penggunaan harta yang salah). Ajaran Islam harus berimbang yakni pola yang terletak antara kekikiran dan pemborosan sehingga sebaiknya melakukan kegiatan yang wajar (tengah-tengah) dengan pengelolaan uang yang bijak (Jalaluddin & Khoerulloh, 2020).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan berikut ini dapat diambil berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya:

1. Variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku bertransaksi. Artinya semakin besar tingkat kepercayaan pengguna atau konsumen kepada pihak penyedia layanan sistem pembayaran maka akan semakin besar pula perilaku bertransaksi menggunakan QRIS sebagai alternatif pembayaran nontunai.
2. Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku bertransaksi. Artinya semakin mudah penggunaan suatu produk atau layanan, maka perilaku bertransaksi seseorang cenderung tidak akan terlalu dipengaruhi oleh faktor tersebut. Hasil penelitian dapat bervariasi tergantung pada metode yang digunakan serta karakteristik responden dan lingkungan tempat penelitian dilakukan.
3. Variabel psikografis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku bertransaksi. Artinya bahwa psikografis seperti kepribadian, motivasi, preferensi konsumen, serta gaya hidup memainkan peran yang penting dalam membentuk perilaku transaksi seseorang.
4. Variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku bertransaksi. Artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka ia akan cenderung memiliki perilaku transaksi yang lebih bijaksana.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada penerbit atau penyedia layanan QRIS diharapkan uang elektronik berbasis QRIS harus semakin diperluas agar dapat digunakan di mana saja, tidak hanya di kota-kota besar tetapi juga di daerah. Selain itu, jaringan internet juga perlu ditingkatkan lagi, karena banyak pengguna yang mengalami kegagalan (gagal memindai kode QR QRIS) terkait dengan masalah sinyal atau kurangnya koneksi internet. Kemudian terkait edukasi dan sosialisasi tentang layanan QRIS yang masih minim baik kepada pedagang maupun masyarakat umum juga sangat diperlukan agar mampu menerima dan memahami dengan baik tentang QRIS. Diperlukan pengawasan secara konsisten terhadap transaksi QRIS di tempat-tempat yang telah diresmikan penggunaannya karena masih terdapat banyak kendala terutama di pasar tradisional, juga sangat penting untuk mengurangi risiko keamanan agar pengguna uang elektronik berbasis QRIS merasa aman dan juga dapat meningkatkan pengguna layanan QRIS.
2. Bagi pihak pengelola Pasar Manis Purwokerto diharapkan dapat melakukan pendampingan rutin, memantau, dan tetap melakukan edukasi QRIS kepada para pedagang. Penerapan QRIS menjadi sesuatu yang baru di masyarakat terutama para pedagang masih sulit untuk menerima pembayaran nontunai dan lebih terbiasa memakai tunai. Para pedagang masih memerlukan pendampingan terkait pengimplementasian QRIS. Setelah peresmian pasar S.I.A.P QRIS sampai sekarang pedagang masih kesulitan dan ada yang meminta untuk ditarik atau dinonaktifkan kode QR QRIS di kiosnya. Oleh karena itu hal ini dapat menjadi evaluasi bagi pihak terkait.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mendalami dan mengkaji terkait QRIS dengan lebih menyeluruh misalnya kepada UMKM atau pedagang tidak hanya pada perilaku transaksi dari penggunanya saja. Karena untuk mengetahui apakah QRIS memang sudah familiar dan

nyaman digunakan oleh seluruh masyarakat. Disarankan kepada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi perilaku bertransaksi seperti keamanan dan persepsi risiko ataupun yang lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2021). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Struktural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. CV ANDI.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Ajzen, I. (2020). The Theory Of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors Influencing Adoption Of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 With Trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alfa, A. A. G. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. In *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Amiruddin, M. F., & Abdullah, M. W. (2018). Psikografis dan Religiusitas dalam Bertransaksi pada BNI Syariah Makassar. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.29240/jie.v3i1.347>
- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., & dkk. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. Tohar Media.
- Anggreini, D. U., & Qomar, M. N. (2021). Fenomena Penggunaan Uang Elektronik bagi Konsumen Muslim. *JIH BIZ*, 5(2), 173–188.
- Armitage, C. J., & Christian, J. (2004). *Planned Behavior: The Relationship Between Human Thought and Action*. Transactions Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=5K5amug9L6cC&lpg=PP1&hl=id&pg=PP6#v=onepage&q&f=false>
- Attar, R. W., Hajli, N., & Shanmugam, M. (2020). *Investigating The Antecedents Of E-Commerce Satisfaction In Social Commerce Context*. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2020-0755>
- Awalina, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam. *Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya* (Vol. 53, Issue 9). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Bank Indonesia. (2022). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*.

<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>

Bank Indonesia. (2023). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*.
<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>

BPS. (2023). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2023*.

Carera, W. B., Gunawan, D. S., & Fauzi, P. (2022). Analisis Perbedaan Omset Penjualan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan QRIS di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Akuntansi (JEBA)*, 24(1), 48–57.

Chaudhry, M. S. (2012). *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Kencana.

Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8 (2) (January 1998), 5.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=EDZ5AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA295&dq=The+partial+least+squares+approach+to+structural+equation+modeling&ots=49uH6qt2lk&sig=Fwg2GGFWp3LUMMjxMu9h4jbOXnA>

Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13(3), 319–340.

Eka Muttasari, W. F., & Lukiasuti, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap *Cashless Transaction Behavior* (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 25–31. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.93>

Febrinda, R. R., & Ningsih, R. (2022). Kesiapan Digitalisasi Sistem Pembayaran Non Tunai di Pasar Rakyat. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13(2), 87–100.
<https://doi.org/10.22212/jekp.v13i1.2095>

Femiandini, E. (2012). *Analisis Segmentasi Pasar Berdasarkan Dimensi Gaya Hidup dan Etnosentrisme Konsumen (Studi Kasus Indonesia dan Singapura)*. Institut Pertanian Bogor.

Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, I. (2021). *Structural Equation Modelling Dengan Metode Alternatif Partial Least Squares (PLS)* (5th ed.). Badan Penerbit UNDIP.

Giriani, A. P., & Susanti. (2020). Pengaruh literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan e-money. 27–37.
<https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S.

- (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*. In: *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Classroom Companion: Business. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hinati, H. (2019). *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Refika Aditama.
- Jalaluddin, & Khoerulloh, A. K. (2020). Prinsip Konsumsi dalam Islam : Tinjauan terhadap Perilaku Konsumen Muslim dan Non-Muslim Consumption Principles in Islam : A Review of Muslim and Non-Muslim Consumer Behavior. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 3(2), 148–160.
- Jenita, & Rustam. (2017). Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 83.
- John C Mowen. (2002). *Perilaku Konsumen* (Nurchahyo Mahanani (ed.); Jilid I). PT Gelora Aksara Pratama.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS*. 2(1), 313–325.
- Juhari. (2018). Perspektif Produk, Harga, Promosi, dan Merek dalam Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 4(4), 290. <https://doi.org/10.30998/jabe.v4i4.2675>
- Kamil, I. (2020). *Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology (Studi Empiris Pada Pengguna Cashless Payment Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang Dan Bekasi 2019)*. 01(02), 98–114.
- Kartawinata, B. R., & Mubaraq, M. I. (2018). Pengaruh Kompetensi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Bagi Wanita Di Makassar. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, II, 87–100. <https://doi.org/10.23969/oikos.v2i1.1029>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. In *Pearson Practice Hall*.

- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Lestari, S. A. (2022). *Analisis Preferensi Generasi Milenial dalam Memutuskan Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran (Studi Kasus : Pembeli yang Melakukan Transaksi di Pasar Manis, Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas)*. UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Liliani, P. (2020). Analisis Faktor yang Memengaruhi Niat Pengguna pada Gopay dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 44–60. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.114>
- Listfield, R., & Montes-Negret, F. (1994). Modernizing Payment Systems in Emerging Economies. *World Bank Policy Research Working Paper*, 1336, 1.
- Luburic, R., & Fabris, N. (2018). Financial Literacy in Terms of Quality of Life. *Association For Quality and Standardization of Servia - 20th National*, 28(November), 45–52.
- Meitry Adinda. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gen-Z dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance, and Banking*, 1(1), 167–176.
- Muamar, A., & Alparisi, A. S. (2017). Electronic Money (E-Money) dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 3(2), 76–77.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness , dan Trust terhadap Intention To Use*. II(3), 715–722.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Journal IKRAITH EKONOMIKA*, 4(1), 1–9. <http://repository.upi-yai.ac.id/id/eprint/2908>
- Nisak, H., & Indarayani, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Digital Payment Di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 37–46. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/9112>
- OJK. (2022). *Hidup Praktis Ala Cashless Society*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20557>

- Permatasari, R., Amboro, F. Y. P., & Nurlaily, N. (2022). Efektivitas Penerapan Transaksi QRIS Era Covid-19 di Pasar Tradisional Kota Batam Menurut Perspektif Hukum Progresif. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 265–278. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1780>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh *Financial Technology (Fintech)* Terhadap Perkembangan Umkm di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Papers*, 347–356.
- Ramadhanti, Hasbia Rizqi Annisa Sita; Nawir, J. M. (2021). *Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society*. 7(2), 96–109.
- Riduwan, & Akdon. (2020). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. *Al- Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 1–14.
- Roestanto, A. (2017). *Literasi Keuangan*. Istana Media.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sa'idah, F., & Fitrayati, D. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy*, 9(3), 467. <https://doi.org/10.33394/jp.v9i3.5288>
- Santoso, S. (2021). *Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Menggunakan AMOS 26*. PT Elex Media Komputindo.
- Septiyaningrum, R., Lau, E. A., & Eka, Y. (2016). Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Matahari Department Store Plaza Mulia Samarinda. *Ekonomia*, 5(2), 1–7.
- Setiadewi, D., & Kaukab, M. E. (2022). Faktor Determinan Perilaku Bertransaksi Pada E- Commerce. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2, 1–19.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44(September 2018), 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>

- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. ANDI. https://books.google.co.id/books?id=NbMWEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PP1&dq=sem+pls&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=sem+pls&f=false
- Solihin, M., & Raya, M. Y. (2021). Kedudukan E-Money Sebagai Alat Pembayaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *El-Iqtishady*, 3, 106–125.
- Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. ANDI. <https://books.google.co.id/books?id=NnEQEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sulasih, Adawiyah, W. R., & Adi, P. H. (2021). Model *Theory Of Planned Behavior* Dalam Memprediksi Perilaku Konsumsi Jamu Perspektif Konsumsi Islam Serta Implikasi Pada Strategi Pemasaran. *Muslim Heritage: Jurnal Dialog Islam Dengan Realitas*, 6(2), 405–421. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage>.
- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Kencana.
- Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 686–693.
- Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) Pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 105–112. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7634>
- Waluyo. (2022). Evaluasi Penggunaan QRIS pada M-Banking Bank Syariah: Pendekatan *Technology Acceptance Model*. *Mutanaqishah : Journal of Islamic Banking*, 2(2), 80–92.
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking*. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32. <https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>
- Warsito, C. (2012). *Pengaruh Interaction Quality, Perceived Performance Excellence dan Relationship Satisfaction Terhadap Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen PT. BSN Medical Indonesia)*. 5(1), 46–61.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8 (3inOne)*. UPP STIM YKPN.

Yuliana, W., Idris, H. ., & Asiati, D. I. (2020). *Hubungan Karakteristik Demografis, Psikografis, dan Perilaku Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor*. 3(1), 73–90.

Zhang, T. (2018). *Banking “ On-The-Go ” : Examining Consumers ’ Adoption Of Mobile Banking Services*. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2017-0067>





LAMPPIRAN

PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Wulan Khurnia, mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN SAIZU Purwokerto. Saat ini sedang melakukan penelitian Skripsi mengenai "Pengaruh *Trust*, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam (Studi Pada Pasar Manis Purwokerto Sebagai *Pilot Project* Penerapan QRIS di Banyumas)".

Adapun kriteria responden sebagai berikut:

1. Responden mengetahui/mengenal/menggunakan dompet digital atau layanan *mobile payment*.
2. Responden merupakan masyarakat, konsumen, atau pengunjung yang pernah berbelanja di Pasar Manis Purwokerto.
3. Mengetahui dan pernah bertransaksi menggunakan QRIS.

Dengan ini saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/ i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya. Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis. Apabila ada pertanyaan terkait penelitian ini dapat menghubungi saya melalui email: wulankhurnia19@gmail.com

Atas kesediaan dan partisipasi bapak/ibu/saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



Wulan Khurnia

KRITERIA RESPONDEN

1. Apakah anda pernah mengunjungi dan berbelanja di Pasar Manis Purwokerto?
 Ya
 Tidak
2. Apakah anda memiliki dan pernah memakai dompet digital atau m- banking untuk bertransaksi?
 Ya
 Tidak
3. Apakah anda mengetahui dan pernah bertransaksi dengan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)? Berikut contoh gambar QRIS (Kode scan/ QR Code)



- Ya
 Tidak

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Domisili :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
 Ya
 Tidak
5. Pendidikan Terakhir:
 SD/MI sederajat
 SMP/MTS sederajat
 S1
 SMA/MA/SMK sederajat
 Diploma
 Lainnya...
6. Pekerjaan
 Pelajar/ Mahasiswa
 PNS/TNI/POLRI
 Karyawan/Wiraswasta
 Pedagang/ Wirausaha
 Ibu Rumah Tangga
 Lainnya....

7. Pendapatan Per- Bulan

≤ Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000

> Rp 5.000.000

8. Pengeluaran Per-Bulan

Rp 500.000

Rp 500.000 – Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 – 1.500.000

> Rp 1.500.000

KUESIONER

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat Saudara/i dengan memberikan tanda (✓).

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

TRUST (TR)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
Saya percaya bahwa transaksi nontunai dengan menggunakan QRIS aman digunakan					
Saya mempercayai bahwa penggunaan QRIS dapat dipercaya secara hukum dan diawasi oleh Bank Indonesia					
Saya percaya bahwa QRIS dapat menjaga privasi data penggunanya dengan baik					
Saya percaya bahwa QRIS memberikan jasa pelayanan yang baik kepada penggunanya dan membantu ketika ada masalah dalam pengoperasiannya					

Alasan apakah yang dapat membuat saudara/i percaya untuk menggunakan QRIS dalam bertransaksi?

KEMUDAHAN PENGGUNAAN (KP)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
Saya merasa bertransaksi menggunakan QRIS mudah untuk dipelajari					
Saya merasa QRIS lebih mudah dan praktis digunakan karena hanya dengan scan satu QR Code saja dapat digunakan untuk bertransaksi pada semua aplikasi dompet digital atau <i>m-banking</i>					
Dengan transaksi nontunai (QRIS) proses pembayaran yang saya lakukan menjadi lebih cepat dan efisien / mempersingkat waktu					
Saya merasa bertansaksi menggunakan QRIS jelas dan mudah untuk dipahami					
Transaksi dengan QRIS menurut saya mudah untuk menjadi terampil/ mahir dalam menggunakannya					
Dengan adanya QRIS saya tidak perlu menginstall berbagai aplikasi untuk melakukan pembayaran					
Menurut pendapat anda apakah QRIS mudah untuk digunakan?					

PSIKOGRAFIS (PS)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
Saya mendukung digitalisasi pasar di Pasar Manis Purwokerto, karena dengan adanya pilihan transaksi nontunai (QRIS) dapat memudahkan kegiatan jual beli dan mengikuti perkembangan zaman					
Saya mampu menggunakan QRIS karena melihat orang lain menggunakannya					
Transaksi nontunai dengan QRIS memudahkan saya dalam beraktivitas jual beli sehari- hari					
Saya berusaha menyiapkan alat pembayaran nontunai (dompet digital atau <i>m- banking</i> dsb) saat berbelanja yang memungkinkan untuk bertransaksi nontunai termasuk di Pasar Manis Purwokerto					
Saya merasa, menggunakan alat pembayaran nontunai (QRIS) menimbulkan rasa praktis					
Transaksi menggunakan QRIS dapat meminimalisir waktu saya dibandingkan transaksi dengan menggunakan uang tunai					
Apakah transaksi menggunakan QRIS lebih nyaman dan memudahkan aktivitas anda dibandingkan transaksi tunai?					

LITERASI KEUANGAN (LK)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
Cashless merupakan sistem pembayaran yang tidak menggunakan uang tunai secara fisik dalam transaksinya					
Saya tidak khawatir, karena QRIS terpercaya dan sudah mendapatkan izin serta diawasi langsung oleh Bank Indonesia					
QRIS aman untuk bertransaksi dan dapat terhindar dari uang palsu atau pencurian uang					
Dengan menggunakan QRIS saya dapat mengontrol keuangan, karena transaksi tercatat otomatis dan dapat dilihat setiap saat					
Disamping mudahnya transaksi nontunai, penganggaran keuangan diperlukan agar lebih terarah dan menghindari pemborosan					
Menurut pendapat anda apakah dengan menggunakan QRIS sebagai pembayaran, kita jadi dapat mengontrol keuangan dan terhindar dari pemborosan?					

PERILAKU BERTRANSAKSI (PB)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
Saya merasa lebih nyaman dan aman menggunakan QRIS untuk bertransaksi					
Saya sering menggunakan alat pembayaran nontunai jika ada kebutuhan yang dimungkinkan untuk dibayar secara nontunai					
Saya merekomendasikan dan menceritakan kesan positif bertransaksi menggunakan QRIS kepada rekan lainnya					
Saya menggunakan QRIS karena mudah, praktis, dan tidak bingung ketika lupa membawa uang tunai nominal kecil atau besar					

Saya berkeinginan menggunakan QRIS untuk transaksi nontunai ketika berbelanja di Pasar Manis Purwokerto					
---	--	--	--	--	--

Bagaimanakah kesan positif anda ketika menggunakan QRIS untuk bertransaksi?



Lampiran 2: Tabulasi Data

Data Hasil Kuesioner Variabel *Trust* (TR) Sebagai X1

TR1	TR2	TR3	TR4	Total
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
2	3	2	2	9
4	4	4	3	15
4	5	5	4	18
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
2	3	2	3	10
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12

4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	3	14
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16

3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	4	19

Data Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan (KP) Sebagai X2

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total
3	3	3	4	4	4	21
5	4	4	4	4	4	25
3	3	3	5	5	5	24
2	2	3	4	4	4	19
4	3	3	5	5	5	25
5	3	2	5	5	5	25
3	3	3	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
2	3	2	4	3	5	19
4	4	4	5	5	5	27

3	3	3	1	4	4	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	4	20
5	4	4	5	5	5	28
4	4	5	5	4	5	28
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	4	4	4	25
3	3	3	4	4	3	20
3	3	3	3	4	4	20
5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	5	5	28
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
3	2	2	2	1	1	11
5	4	4	4	5	4	26
4	5	4	5	5	5	28
5	4	4	5	5	5	28
2	3	3	4	5	4	21
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	4	20
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	5	4	27
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	4	20
5	4	4	5	4	4	26
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	5	4	4	27

2	3	3	5	4	4	21
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	3	23
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	5	5	27
4	4	5	4	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	5	27
4	3	3	4	4	4	22
3	3	3	4	4	4	21
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	4	28
4	3	3	5	5	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	5	5	5	25
4	4	4	5	5	5	27
5	3	3	3	3	3	20
2	3	3	3	3	3	17
4	2	2	5	3	1	17
4	5	4	4	5	5	27
3	3	3	3	4	3	19
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	3	4	4	21
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	5	5	5	27
5	4	5	4	4	4	26
5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	4	4	4	25
3	3	2	3	3	4	18
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	29
2	2	3	4	3	4	18
3	4	4	3	3	4	21

5	5	5	5	4	3	27
5	5	4	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	3	4	20
4	4	4	5	5	5	27
2	3	2	4	4	4	19
4	4	4	4	4	4	24

Data Hasil Kuesioner Variabel Psikografis (PS) Sebagai X3

PS1	PS2	PS3	PS4	PS5	PS6	Total
5	4	5	5	5	5	29
5	3	5	3	3	5	24
2	3	3	2	3	3	16
2	3	2	2	3	2	14
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
3	3	3	3	3	3	18
4	5	5	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
3	4	4	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	4	4	5	28
3	3	3	2	2	2	15

5	4	5	4	5	4	27
3	3	3	3	3	3	18
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	4	5	28
5	3	5	5	3	5	26
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	4	3	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	3	3	19
5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	4	28
3	5	5	4	5	4	26
4	5	4	4	4	4	25
3	4	3	3	4	3	20
4	4	4	4	5	5	26
5	3	4	4	5	4	25
5	5	4	4	5	5	28
3	4	4	4	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	3	5	4	24
5	4	5	5	5	4	28
2	2	2	2	2	2	12
4	4	5	4	5	4	26
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	3	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	5	5	5	28
4	4	3	4	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	3	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	4	5	5	29

3	3	4	3	4	4	21
5	5	5	5	5	5	30
5	3	5	4	5	4	26
5	4	3	4	4	3	23
1	2	2	2	2	2	11
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	4	28
3	4	3	3	4	3	20
3	4	3	4	3	3	20
5	4	5	5	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	5	5	25
2	3	2	2	3	2	14
5	5	5	5	5	5	30
3	5	3	3	5	3	22
5	5	4	5	5	5	29
3	3	3	2	3	3	17
4	4	4	4	5	4	25
4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	3	19
4	5	5	4	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	4	4	4	25

Data Hasil Kuesioner Variabel Literasi Keuangan (LK) Sebagai X4

LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	Total
3	4	4	5	2	18
4	3	3	4	4	18
2	2	2	2	2	10
2	2	2	3	2	11
4	4	4	4	4	20

5	4	5	5	4	23
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	5	20
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
3	4	3	4	3	17
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	4	4	4	4	21
4	5	5	4	4	22
4	4	4	5	4	21
2	2	2	2	3	11
5	5	5	4	5	24
3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
2	2	3	3	3	13
3	3	3	3	4	16
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	5	22
3	4	3	3	3	16
4	4	5	4	4	21
5	4	4	4	4	21

5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	3	3	5	21
5	5	5	4	4	23
4	4	5	3	3	19
3	2	2	3	3	13
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	5	5	3	3	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	3	3	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
5	5	4	3	3	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	4	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	4	4	4	4	21
4	3	3	3	3	16
3	3	5	5	4	20
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
3	3	3	4	4	17

3	5	5	5	5	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	2	2	2	2	13
4	5	5	4	4	22
3	3	3	4	4	17
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	5	4	5	23

Data Hasil Kuesioner Variabel Perilaku Bertransaksi (PB) Sebagai Y

PB1	PB2	PB3	PB4	PB5	Total
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
2	3	2	3	3	13
2	2	3	2	2	11
5	4	4	4	4	21
5	5	4	4	5	23
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	5	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
4	5	4	4	4	21
4	4	3	3	3	17
5	5	4	4	4	22
3	4	4	4	4	19
4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25

5	4	4	5	4	22
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	5	22
4	5	5	4	5	23
2	3	2	3	3	13
4	5	4	5	4	22
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	3	14
3	4	3	4	4	18
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	4	3	3	3	16
5	4	3	4	4	20
4	5	4	4	4	21
5	5	4	5	5	24
4	4	5	4	5	22
4	3	3	4	4	18
4	5	5	4	4	22
3	3	3	4	4	16
4	4	4	5	4	21
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
5	3	4	4	5	21
5	5	5	5	4	24
5	4	5	4	4	22
3	3	3	3	3	15
5	5	4	3	5	22
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
4	3	3	3	3	16
5	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
3	4	4	4	4	19
3	4	3	3	3	16
5	4	4	4	4	21

5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	3	4	5	4	20
5	5	5	4	5	24
4	3	3	4	4	18
4	5	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
3	5	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	4	23
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21
3	5	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21
3	5	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
3	2	2	2	3	12
5	5	5	4	4	23
2	3	3	3	3	14
4	4	4	5	5	22
3	4	3	3	4	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	4	24
3	3	3	3	3	15
5	4	4	5	5	23

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas Konvergen

Loading Factor

	<i>TR</i>	<i>KP</i>	<i>PS</i>	<i>LK</i>	<i>PB</i>
<i>TR1</i>	0,928				
<i>TR2</i>	0,923				
<i>TR3</i>	0,901				
<i>TR4</i>	0,907				
<i>KP1</i>		0,786			
<i>KP2</i>		0,872			
<i>KP3</i>		0,816			
<i>KP4</i>		0,711			
<i>KP5</i>		0,814			
<i>KP6</i>		0,704			
<i>PS1</i>			0,879		
<i>PS2</i>			0,835		
<i>PS3</i>			0,909		
<i>PS4</i>			0,910		
<i>PS5</i>			0,885		
<i>PS6</i>			0,914		
<i>LK1</i>				0,873	
<i>LK2</i>				0,914	
<i>LK3</i>				0,902	
<i>LK4</i>				0,859	
<i>LK5</i>				0,851	
<i>PB1</i>					0,861
<i>PB2</i>					0,855
<i>PB3</i>					0,885

	TR	KP	PS	LK	PB
PB4					0,891
PB5					0,881

Average Variance Extraced (AVE)

	Average Variance Extraced (AVE)
KP	0,618
LK	0,775
PB	0,765
PS	0,790
TR	0,837

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Diskriminan

Cross Loading

	KP	LK	PB	PS	TR
KP1	0,786	0,698	0,678	0,685	0,596
KP2	0,872	0,667	0,563	0,548	0,492
KP3	0,816	0,574	0,489	0,491	0,494
KP4	0,711	0,441	0,415	0,525	0,226
KP5	0,814	0,575	0,515	0,603	0,406
KP6	0,704	0,536	0,405	0,426	0,226
LK1	0,665	0,873	0,707	0,702	0,577
LK2	0,652	0,914	0,727	0,730	0,594
LK3	0,677	0,902	0,773	0,717	0,557
LK4	0,650	0,859	0,722	0,719	0,489
LK5	0,674	0,851	0,683	0,687	0,502
PB1	0,681	0,832	0,861	0,789	0,664

PB2	0,505	0,636	0,855	0,687	0,500
PB3	0,563	0,697	0,885	0,693	0,559
PB4	0,566	0,689	0,891	0,670	0,566
PB5	0,584	0,715	0,881	0,720	0,587
PS1	0,585	0,688	0,691	0,879	0,505
PS2	0,606	0,676	0,743	0,835	0,549
PS3	0,651	0,716	0,704	0,909	0,549
PS4	0,612	0,727	0,734	0,910	0,489
PS5	0,659	0,743	0,772	0,885	0,622
PS6	0,658	0,755	0,706	0,914	0,577
TR1	0,506	0,598	0,650	0,574	0,928
TR2	0,516	0,582	0,607	0,576	0,923
TR3	0,455	0,531	0,588	0,567	0,901
TR4	0,511	0,547	0,575	0,544	0,907

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
KP	0,877	0,906
LK	0,927	0,945
PB	0,923	0,942
PS	0,947	0,958
TR	0,935	0,953

Lampiran 6: Hasil Uji Model Struktural

R Square

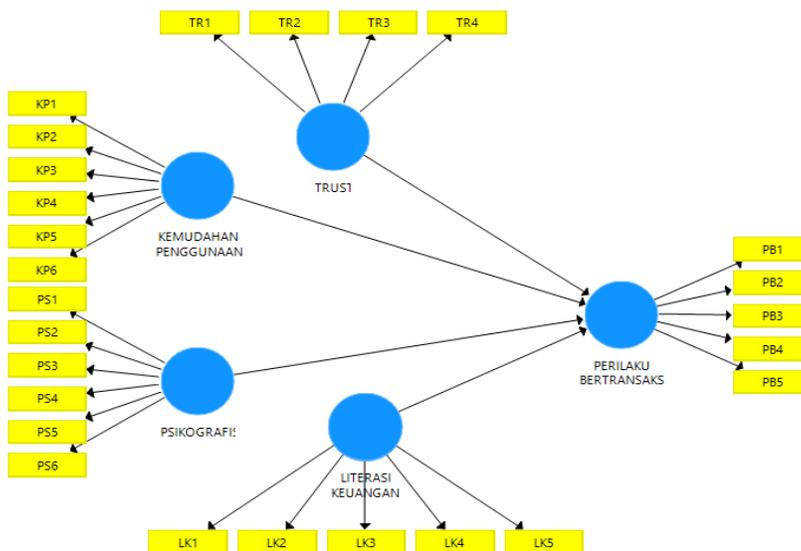
	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Perilaku Bertransaksi (PB)	0,761	0,751

Lampiran 7: Hasil Uji Signifikansi

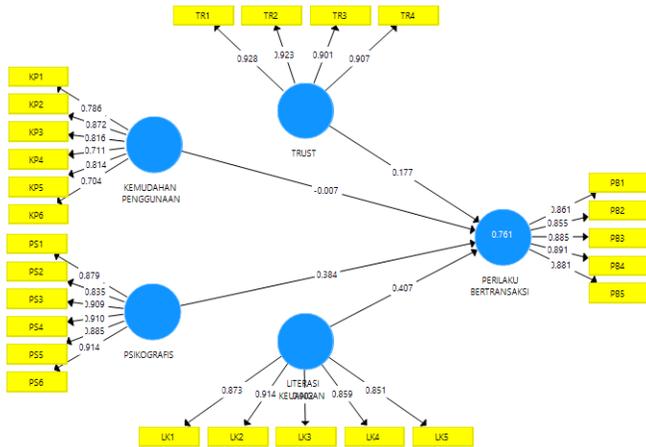
Path Coefficients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEVI)</i>	<i>P Values</i>
KP \Rightarrow PB	-0,007	0,082	0,935
LK \Rightarrow PB	0,407	4,159	0,000
PS \Rightarrow PB	0,384	4,188	0,000
TR \Rightarrow PB	0,177	2,828	0,005

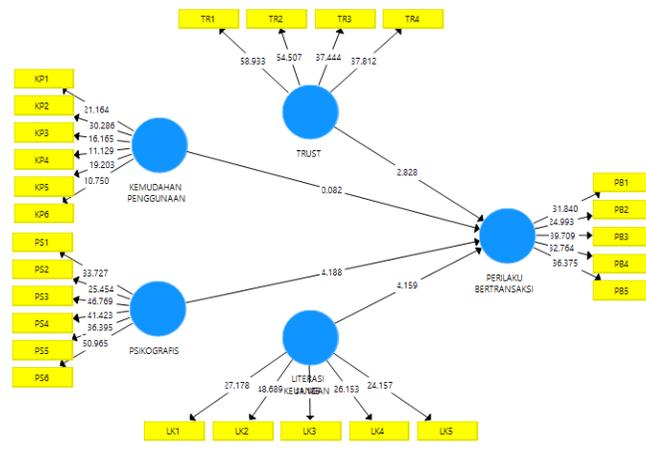
Lampiran 8: Struktural Model Penelitian



Lampiran 9: PLS Algorithm

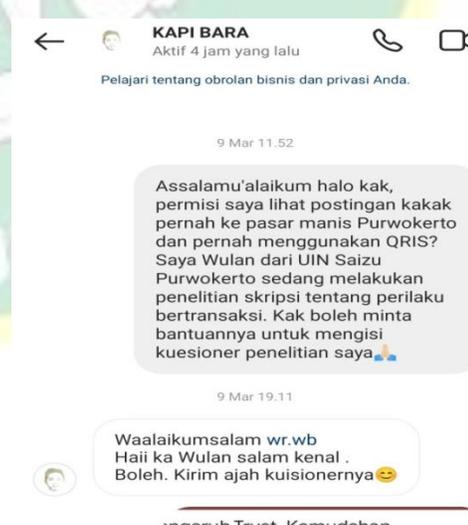
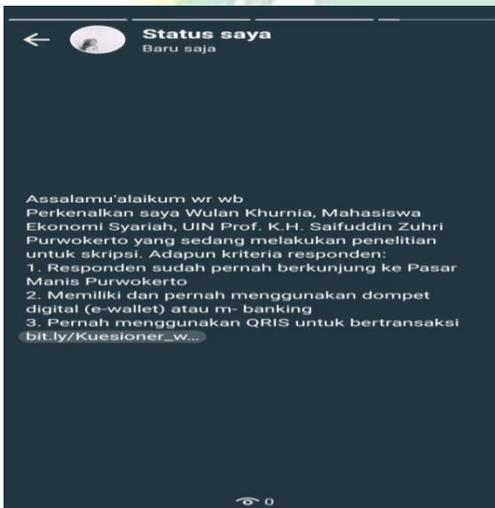


Lampiran 10: Bootstrapping



Lampiran 11: Distribusi Kuesioner





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Wulan Khurnia
2. NIM : 1917201226
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Cilacap, 19 Desember 2000
4. Alamat Rumah : Danasri Kidul RT 01/ RW 01 Nusawungu,
Cilacap
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Sobirin Diyo Nugroho
Nama Ibu : Eni Riyanti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK : RA. At- Thoriq Jetis
 - b. SD : SD Negeri 02 Jetis (2012)
 - c. SMP/MTS : SMP Negeri 02 Nusawungu (2015)
 - d. SMA/ SMK : SMA Negeri 01 Kroya (2018)
 - e. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal : Pondok Pesantren Manbaul Husna (2021)

C. Pengalaman Organisasi

1. Staff Managemet Division EASA (2021/2022)
2. Staff Media FAC (2021)
3. Staff PSDM - Pendidikan GenBI Purwokerto (2021)
4. Badan Pengurus Harian GenBI Purwokerto (2022)

D. Pengalaman Magang

1. Unit Keuangan KAI DAOP 5 Purwokerto (2023)
2. Pendampingan UMKM - Chicken Geprek MasMian (2023)

Purwokerto, 05 Juni 2023



Wulan Khurnia

1917201226