

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DOSEN  
IAIN PAREPARE MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT***



**OLEH :**

**AUDHINA REGHIA PUTRI  
NIM : 202020386020212**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2026**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DOSEN  
IAIN PAREPARE MENGGUNAKAN *DIGITAL PAYMENT***



**OLEH :**

**AUDHINA REGHIA PUTRI  
2020203860202012**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE  
2026**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan *Digital Payment*.

Nama Mahasiswa : Audhina Reghia Putri

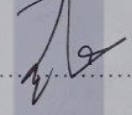
Nim : 2020203860202012

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-5918/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2025

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Umaima, M.E.I. (.....)

NIP : 19890717 201801 2 002

Mengetahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muddalifah Muhammadun, M.Ag  
NIP. 19710208 200112 2 002

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan *Digital Payment*.

Nama Mahasiswa : Audhina Reghia Putri

Nim : 2020203860202012

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B-5918/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2025

Tanggal Kelulusan : 22 Januari 2026

Disahkan Oleh Komisi Penguji :

Umaima, M.E.I. (Ketua) (.....)

Dr. Damirah, S.E., M.M (Anggota) (.....)

Multazam Mansyur Addury, M.A. (Anggota) (.....)

Mengetahui :  
Dekan,

Dean of Faculty of Economics and Islamic Business



Dr. Muhalifah Muhammadun, M.Ag  
NIP. 19710208 200112 2 002

## KATA PENGANTAR

سَمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِیْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلٰی اَشْرَفِ الْاَنْبِیَاءِ وَالْمُرْسَلِیْنَ مُحَمَّدٍ سَیِّدِنَا وَعَلٰی اٰلِهِ  
وَصَحْبِهِ اَجْمَعِیْنَ اَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terimah kasih kepada Ayahanda (Jamil) dan Ibunda (Yuliana) yang menjadi alasan paling utama penulis dalam memperjuangkan pendidikan hingga saat ini. Gelar ini kuperjuangkan untuk Ayah dan Ibunda.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan bimbingan yang diberikan oleh Ibu Umaima, M.E.I selaku pembimbing atas bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berusaha menjadikan IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih baik dan maju.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Arwin, S.E., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi tanpa henti kepada penulis.

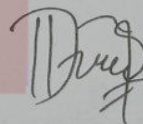
6. Bapak Ibu Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan informasi terkait akademik.
7. Para Dosen IAIN Parepare yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini sehingga penelitian dapat terlaksana dengan baik.
8. Semua teman-teman seperjuangan prodi ekonomi syariah dan teman PPL yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan yang diberikan kepada penulis
9. Kepada Nandito yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Terimakasih atas pengertian, kesabaran serta kesediaanya menjadi pendengar yang baik, dan pemberi semangat baik berupa kalimat dan tindakan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Akhir kata sebagai penutup, penulis mengucapkan banyak banyak terima kasih semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Parepare, 21 Januari 2026

Penulis



**AUDHINA REGHIA PUTRI**  
**NIM. 202020386020212**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

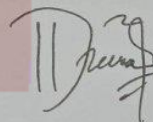
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Audhina Reghia Putri  
NIM : 2020203860202012  
Tempat/Tgl Lahir : Balikpapan, 27 Maret 2001  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dosen  
IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment

Menyatakan dengan sungguh-sungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 21 Januari 2026  
2 Syakban 1447 H

Penulis



Audhina Reghia Putri  
NIM, 2020203860202012

## ABSTRAK

Audhina Reghia Putri, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment*. (Dibimbing oleh IbuUmaima).

Penggunaan *digital payment* baik *m-banking* maupun dana di kalangan Dosen masih cenderung menggunakan pembayaran tunai dibandingkan menggunakan *digital payment*. Hal tersebut menyebabkan timbulnya perbedaan minat dosen dalam bertransaksi. Dalam teori *TAM* minat menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial. Tujuan penelitian ini untuk meneliti pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial terhadap minat dosen menggunakan *digital payment*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Pertama, berdasarkan hasil uji hipotesis untuk uji T (Parsial) menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) *Digital Payment* pada Dosen di IAIN Parepare. Sedangkan variabel Pengaruh Sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) *Digital Payment* pada Dosen di IAIN Parepare. Kedua , uji hipotesis untuk uji F (Simultan) menunjukkan nilai signifikansi variabel Y  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $48,187 > F$  tabel  $2,696$ , maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Pengaruh Sosial (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

**Kata Kunci** : *Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial, Minat Menggunakan Digital Payment Dosen IAIN Parepare.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
1. Transliterasi .....	xiii
2. Singkatan .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJUAN PUSTAKA .....	12
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	12
B. Tinjauan Teori .....	15

C. Kerangka Fikir .....	30
D. Hipotesis .....	31
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Populasi dan Sampel.....	37
D. Jenis dan Sumber Data.....	38
F. Definisi Operasional Variabel .....	40
G. Instrumen Penelitian .....	42
H. Teknik Analisis Data .....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data .....	62
C. Uji Hipotesis .....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB V PENUTUP.....	85
A. Simpulan .....	85
B. Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	93
BIODATA PENULIS .....	128

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	JUDUL TABEL	HALAMAN
Tabel 1.1	Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik 2023-2024 di Indonesia	2
Tabel 1.2	Uang Elektronik di Sulawesi Selatan	2
Tabel 3.1	Sampel Dosen	34
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3	Skala Likert	39
Tabel 3.4	Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis digital payment yang digunakan	44
Tabel 4.2	Responden berdasarkan tingkat pendidikan	45
Tabel 4.3	Responden berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 4.4	Responden berdasarkan Usia	46
Tabel.4.5	Responden berdasarkan Homebase Dosen	46
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Persepsi Kegunaan (X1)	47
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	50
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Pengaruh Sosial (X3)	52
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Minat Menggunakan (Y)	54
Tabel 4.10	Hasil Statistik Deskriptif	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas	61
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Statistik T (Parsial)	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik F (Simultan)	68
Tabel 4.15	Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi)	69
Tabel 4.16	Uji Sumbang Efektif (SE)	70

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Nomor Gambar
Gambar 1.1	Hasil observasi awal penggunaan aplikasi digital payment dosen	4
Gambar 1.2	Hasil observasi awal penggunaan digital payment dosen	5
Gambar 2.1	Model Konstruk <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
Gambar 2.2	Model Konstruk <i>Technoogy Acceptance Model (TAM2)</i>	17
Gambar 2.3	Model Modifikasi <i>TAM</i>	18
Gambar 2.4	Kerangka Fikir	30
Gambar 4.14	Hasil Uji Histogram	60
Gambar 4.1	Hasil Uji Grafik P-Plot	61
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi	88
2	Surat Permohonana Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare	89
3	Surat Rekomendasi Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	90
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti	91
5	Hasil Turnitin	92
6.	Pedoman Kuisisioner	93
7	Data Hasil Observasi	97
8	Data Responden	98
9	Deskripsi Jawaban Responden	108
10	Hasil Spss	113
11	Dokumentasi Penelitian	121
12	Biodata Penulis	122

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dhal</i>	Dh	De dan Ha
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye

ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>‘Ain</i>	‘ _	Koma Terbalik Keatas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	_’	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’)

b. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A

إِ	<i>Kasrah</i>	I	I
أَ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. *Maddah*

*Maddah* atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَـ/يَـ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
يِـ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
وُـ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعَمَّ : *Nu'ima*

عُدُّو : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : “Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

سَيِّئٌ : *syai’un*

أَمِيرَةٌ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab*

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh

kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd*, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

*Naşr Hamīd Abū Zaid*, ditulis menjadi *Abū Zaid*, *Naşr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naşr Hamīd Abū*)

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah

M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS .../ ...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan kata terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era serba digital saat ini, berbagai aspek kehidupan telah mengalami transformasi yang signifikan terutama di dalam bidang teknologi dan informasi. Perkembangan yang signifikan dalam bidang tersebut memberikan manfaat bagi manusia dengan mempermudah dan meningkatkan efektivitas pekerjaan sehari-hari. Dimana dalam fase serba digital seperti sekarang ini segala aktivitas terealisasi dengan dukungan teknologi, termasuk dalam berkomunikasi, berbelanja, dan bertransaksi. Fenomena ini secara alami membawa transformasi dalam pengembangan layanan digital termasuk pada inovasi produk keuangan digital (*Financial Technology*) di Indonesia.

Inovasi digital yang berkembang di Indonesia adalah *digital payment*. Sistem pembayaran yang sebelumnya mengandalkan uang tunai, kini telah berkembang menjadi bentuk digital dimana saat digunakan nominal uang digital akan dikurangkan sejalan dengan nilai transaksi dan setelah itu dapat diisi ulang (*top-up*).<sup>1</sup> Salah satu bentuk *digital payment* yang paling umum digunakan saat ini adalah dalam bentuk kartu (*chip based*) yang dikeluarkan langsung oleh lembaga perbankan seperti *E-money* Mandiri, TapCash BNI, Flazz BCA, Brizzi Bri, dan dalam bentuk media transaksi yang terkoneksi dengan server penerbit (*server based*) yang melibatkan *platform* atau biasa disebut e-wallet seperti OVO, dana, go-pay, link-aja, dan lain sebagainya.

---

<sup>1</sup> Siti Erna Purnama Wati, “*Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

Di Indonesia, fenomena terkait perkembangan *digital payment* sangat signifikan. Menurut data Bank Indonesia, dalam dua tahun terakhir penggunaan *digital payment* mengalami peningkatan yang konsisten, baik dari sisi volume maupun nilai transaksi,<sup>2</sup> sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik 2023-2024 di Indonesia

No	Data	Volume Transaksi (Juta)	Nilai Transaksi (Rp Triliun)
1	2023	20,407,738	1,859,951
2	2024	21,670,349	2,503,959

Sumber : Bank Indonesia 2024.

Berdasarkan data pada tabel tersebut memperlihatkan bahwa volume transaksi *digital payment* meningkat dari 20,40 miliar transaksi pada 2023 menjadi 21,67 miliar transaksi pada 2024 atau tumbuh sekitar 6,2%. Lebih lanjut, nilai transaksi naik dari Rp 1.859 triliun menjadi Rp 2.503 triliun atau meningkat sekitar 34,6%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin sering menggunakan *digital payment*. Selain itu peningkatan ini sekaligus mencerminkan adanya pergeseran perilaku konsumen dari sistem pembayaran tunai menuju pembayaran digital yang semakin luas pada berbagai lapisan masyarakat.

Tabel 1.2 Uang Elektronik di Sulawesi Selatan

Data	Nominal Transaksi	Volume Transaksi
Triwulan II 2023	Rp 1,75 Triliun atau 0,6%	Rp 19,35 Juta Transaksi atau -14,2%
Triwulan II 2024	Rp 2,12 Triliun/Meningkat 21,5%.	Rp 25,4 Juta Transaksi/Tumbuh 31,5%

Sumber : Bank Indonesia 2024.

<sup>2</sup> Bank Indonesia, “*Uang Digital*”, 2022.

Berdasarkan tabel di atas, perkembangan positif juga terlihat di tingkat regional, khususnya di Sulawesi Selatan. Data Bank Indonesia 2024 menunjukkan bahwa Triwulan II 2024, nominal transaksi uang elektronik mencapai Rp 2,12 triliun, tumbuh 21,5% dibanding periode yang sama tahun 2023 sebesar Rp 1,75 Triliun. Dari sisi volume, transaksi tercatat Rp25,4 Juta transaksi meningkat 31,5% dibandingkan tahun sebelumnya.<sup>3</sup> Meskipun data menunjukkan bahwa penggunaan mengalami perkembangan faktanya dalam transaksi berbelanja metode pembayaran tunai masih menjadi opsi pembayaran teratas sebesar 34,5% dibandingkan pembayaran non-tunai dimana metode pembayaran melalui transfer bank sebesar 26,9% masih lebih unggul dibandingkan pembayaran menggunakan *e-money* yaitu sebesar 14,6%.<sup>4</sup>

Persebaran *merchant* di Kota Parepare masih tergolong sedikit dimana Parepare berada pada urutan 3 dengan persentase lebih kecil yaitu sebesar 4,1% dibandingkan kota Makassar sebesar 41,7% dan kabupaten Gowa sebesar 13,1%.<sup>5</sup> Dilihat dari nilai indeks masyarakat digital (IMDI) melalui penjelasan pada pilar keterampilan digital terdapat kesenjangan digital baik mencakup akses teknologi dan konektivitas, tetapi juga ketimpangan keterampilan serta peluang dalam memanfaatkan dan memahami perkembangan teknologi digital.<sup>6</sup> Adapun IMDI Kota Parepare tahun 2024 sebesar 46,00 kategori cukup, dengan skor tertinggi pada pilar keterampilan digital yang berkaitan dengan bagaimana efektivitas pemanfaatan teknologi sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam menggunakan secara aman dan tepat sebesar 59,44, dan terendah pada pilar pemberdayaan yang merefleksikan sejauh mana literasi

---

<sup>3</sup> Bank Indonesia, “*Laporan Perekonomian Provinsi Sulawesi Selatan Agustus 2024 Terbit Setiap Triwulan*,” 2024, h. 68

<sup>4</sup> Bank Indonesia, 2024, h. 67.

<sup>5</sup> Bank Indonesia, 2024, h. 66.

<sup>6</sup> Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital, “*Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI)*,” 2024, h. 06.

dan keterampilan digital diimplementasikan secara nyata melalui partisipasi individu dalam aktivitas digital yaitu sebesar 30,49.<sup>7</sup>

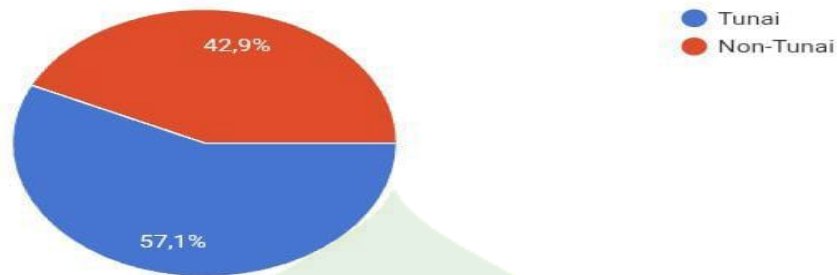
Adopsi aplikasi *digital payment* di kalangan Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare juga mulai diterapkan. IAIN Parepare adalah salah satu perguruan tinggi di Kota Parepare yang memiliki 4 fakultas dan 1 program pascasarjana. Penggunaan aplikasi pembayaran digital di nilai dapat meningkatkan efisiensi Dosen dalam bertransaksi guna mendukung kegiatan sehari-hari sebagaimana kita ketahui bahwa dosen memiliki banyak kegiatan seperti mengajar, rapat, bimbingan mahasiswa, penelitian dan pengabdian. Penggunaan *digital payment* tersebut menjadi sangat membantu karena dapat mempercepat proses transaksi, menghemat waktu, serta memungkinkan dosen melakukan suatu transaksi tanpa harus menghentikan aktivitas akademiknya. Adapun observasi awal yang saya lakukan oleh beberapa dosen IAIN terkait penggunaan aplikasi *digital payment* adalah sebagai berikut.



**Gambar 1.1 Hasil Obervasi Awal Penggunaan Aplikasi *Digital Payment* Dosen**

Pada gambar diatas , observasi awal yang saya lakukan oleh 21 Dosen, semua dosen telah menggunakan aplikasi *digital payment* terlihat bahwa sebanyak 11 atau 52,4% dosen menggunakan *ewallet* seperti dana, ovo, dan gopay dan 10 atau 47,6 % lainnya menggunakan *m-banking*.

<sup>7</sup> Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Dgital, 2024, h. 118-120



**Gambar 1.2 Hasil Observasi Awal Penggunaan *Digital Payment* Dosen**

Pada gambar diatas, observasi awal yang saya lakukan oleh 21 Dosen, meskipun dosen telah menggunakan aplikasi *digital payment*, mereka masih lebih cenderung bertransaksi menggunakan pembayaran konvensional atau tunai dibandingkan menggunakan pembayaran digital. Hal tersebut dapat dilihat dalam gambar di atas sebanyak 12 atau 57,1% dosen lebih memilih bertransaksi tunai dibandingkan 9 atau 42,9% non tunai. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat adopsi aplikasi *digital payment* dengan minat dosen dalam bertransaksi non-tunai. Minat dosen dalam bertransaksi non-tunai yang belum optimal tersebut dapat berpengaruh terhadap tingkat efisiensi Dosen dalam beraktivitas dan bertransaksi.

Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *digital payment* dalam bertransaksi menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Individu yang memandang bahwa *digital payment* memberikan manfaat nyata seperti menghemat waktu, meningkatkan efisiensi, serta mempermudah transaksi keuangan cenderung memiliki minat lebih tinggi untuk menggunakannya.<sup>8</sup> Namun faktanya, masih terdapat permasalahan yang dihadapi sebagian pengguna. Beberapa dosen mengeluhkan kesulitan untuk melakukan transaksi karena mengalami

---

<sup>8</sup> Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, (Malang: Cv. Seribu Bintang, 2022), h. 49.

gangguan *server/error* bahkan mengakibatkan saldo terpotong, hal tersebut memakan waktu sehingga biasa membuat dosen harus beralih menggunakan pembayaran tunai.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga memiliki peran penting dalam mendorong minat individu untuk menggunakan *digital payment*. Individu yang merasa aplikasi mudah dioperasikan dan dapat digunakan tanpa banyak kesulitan cenderung memiliki niat untuk menggunakan teknologi.<sup>9</sup> Namun, masih terdapat permasalahan terkait kemudahan yang dihadapi sebagian pengguna. Beberapa dosen merasa perbedaan tampilan dan fitur antar *platform* membuat pengguna harus beradaptasi kembali ketika menggunakan aplikasi yang berbeda dan tidak semua *merchant* menerima pembayaran digital.

Faktor sosial (*social influence*) juga berpengaruh terhadap niat pengguna untuk menggunakan *digital payment*.<sup>10</sup> Lingkungan sosial, seperti rekan kerja, keluarga dan teman sejawat dapat memberikan dorongan untuk ikut menggunakan teknologi yang sama. Sehingga dapat diartikan semakin besar pengaruh sosial maka semakin besar pula minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Pernyataan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Restu Meisya yang juga menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *digital banking*.<sup>11</sup> Dan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rashif Darmawan yang menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Soetam Rizky Wicaksono, 2022, h. 50.

<sup>10</sup> Soetam Rizky Wicaksono, 2022, h. 3.

<sup>11</sup> Restu Meisya, “Pengaruh *social influence*, *effort expectancy*, dan *perceived trust* terhadap minat menggunakan layanan *digital banking* pada generasi Z wilayah Purwokerto”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri, 2024).

<sup>12</sup> Muhammaf Rashif Darmawan, *Pengaruh sosial, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan metode pembayaran cashless pada transaksi pembayaran di hotel*, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2022).

mencerminkan dampak dari faktor lingkungan yang mendorong penggunaan teknologi, seperti saran atau pendapat dari keluarga, teman, atau kerabat yang diartikan bahwa niat seseorang dalam menggunakan teknologi yang sama. Dan penel

Ketiga faktor tersebut saling berhubungan dalam mempengaruhi minat menggunakan *digital payment*. Semakin tinggi persepsi Dosen bahwa penggunaan *digital payment* berguna dalam meningkatkan efektivitas kerja, serta memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakannya. Selain itu, pengaruh sosial berupa motivasi yang diberikan oleh orang sekitar turut memperkuat minat tersebut, karena dorongan sosial dapat menumbuhkan keyakinan individu dalam menggunakan *digital payment*

Penelitian terdahulu telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *digital payment*. Akan tetapi, sebagian besar berfokus pada masyarakat dan mahasiswa dengan sedikit perhatian diberikan pada kelompok dosen yang berkaitan dengan minat.

Penelitian yang berfokus pada masyarakat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hibatillah Hinati berfokus pada masyarakat DKI Jakarta.<sup>13</sup> Penelitian yang dilakukan Ekalia Ambor Budiatin, *et al.*, berfokus pada masyarakat di Kota Madiun.<sup>14</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rashif Darmawan berfokus pada masyarakat yang memakai sistem *cashless*.<sup>15</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Ilfira Fadila Djunaid berfokus pada nasabah

---

<sup>13</sup> Hibatillah Hinati, *Pengaruh sosial, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah dimasyarakat DKI Jakarta*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019).

<sup>14</sup> Ekalia Ambor Budiatin, *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan e-filling di Kota Madiun (Studi kasus di KPP Pratama Madiun)*, (JRMA: 9.2, 2021).

<sup>15</sup> Muhammaf Rashif Darmawan, (2022).

menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital.<sup>16</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Arum Nur Novita berfokus pada masyarakat wilayah Jawa Tengah.<sup>17</sup> Sedangkan Penelitian yang berfokus pada mahasiswa yaitu penelitian yang dilakukan oleh Desy Rahayu Silaen berfokus pada mahasiswa di Yogyakarta.<sup>18</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Anggi Novitasari berfokus pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>19</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Lailla Anggriani berfokus pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.<sup>20</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Rini Sukma Dewi berfokus pada mahasiswa fakultas bisnis ekonomi Universitas Islam Indonesia.<sup>21</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Elsie Yustiana Novitasari berfokus pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di daerah Istimewa Yogyakarta.<sup>22</sup>

Penelitian dengan topik penelitian yang sama yaitu membahas tentang persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan faktor sosial terhadap minat menggunakan aplikasi *digital payment* dengan perbedaan pada fokus penelitian menunjukkan inkonsistensi, dimana pada penelitian ini berfokus pada dana dan

---

<sup>16</sup> Ilfira Fadila Djunaid, *Persepsi kemudahan, kegunaan dan keamanan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital service (studi pada PT. Pegadaian Syariah)*, (Skripsi: Universitas Ivet Semarang, 2025).

<sup>17</sup> Rizki Arum Nur Novita, “*Analisis faktor yang mempengaruhi minat pengguna pada aplikasi flip menggunakan metode tam*”, (Skripsi: Universitas Ivet Semarang, 2025).

<sup>18</sup> Desy Rahayu Silaen, “*Pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi manfaat penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan metode pembayaran cashless (Studi kasus pada mahasiswa di Yogyakarta)*”, (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2020).

<sup>19</sup> Anggi Novitasari, *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan mobile banking syariah mandiri (Studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020).

<sup>20</sup> Lailla Anggriani, et al., *Pengaruh literasi, persepsi kegunaan, dan kemudahan penggunaan pada minat pengguna quick response code (Qris) dalam transaksi keuangan (Studi kasus pada mahasiswa feb Unisma Tahun 2019)*, (Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi: 12.2, 2023).

<sup>21</sup> Rini Sukma Dewi, “*Pengaruh faktor kemudahan, keamanan, dan faktor sosial terhadap minat menggunakan uang elektronik (e-money) pada aplikasi ovo dengan variabel moderasi gender (Studi empiris pada mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomi UII)*”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2023).

<sup>22</sup> Elsie Yustiana Novitasari, “*Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi uang elektronik Dana pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta*”, (Skripsi: Universitas Kristen Duta Wacana, 2024).

*m-banking*, sedangkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh Ilfra Fadila Djunaid berfokus pada aplikasi pegadaian syariah untuk bertransaksi,<sup>23</sup> Rizki Arum Nur Novita berfokus pada aplikasi flip,<sup>24</sup> Rini Sukma Dewi berfokus pada aplikasi ovo,<sup>25</sup> Muhammad Rashif Darmawan berfokus pada pembayaran *cashless* di hotel,<sup>26</sup> dan Lailla Anggriani et al berfokus pada *qris*.<sup>27</sup> Pada dasarnya, seluruh penelitian dengan topik serupa tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hibatillah Hinati berfokus pada uang elektronik syariah.<sup>28</sup> Ekalia Ambor Budiadin et al berfokus pada *e-filling*,<sup>29</sup> Elsie Yustiana Novitasari berfokus pada uang elektronik dana,<sup>30</sup> Anggi Novitasari berfokus pada *m-banking* syariah mandiri,<sup>31</sup> Desy Rahayu Silaen berfokus pada metode pembayaran *cashless*,<sup>32</sup> Keseluruhan penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan kesamaan beberapa topik penelitian yang membahas terkait persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan pengaruh sosial dengan perbedaan pada populasi atau objek penelitian yaitu masyarakat dan mahasiswa dengan alat pembayaran yang berbeda serta ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menimbulkan adanya *research gap*. Sehingga dengan melihat *research gap* dan fenomena penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Pengaruh faktor persepsi kegunaan, persepsi**

---

<sup>23</sup> Ilfra Fadila Djunaid, 2024.

<sup>24</sup> Rizki Arum Nur Novita, 2025.

<sup>25</sup> Rini Sukma Dewi, 2023.

<sup>26</sup> Muhammad Rashif Darmawan, 2022.

<sup>27</sup> Lailla Anggriani, et al., 2019.

<sup>28</sup> Hibatillah Hinati, 2019.

<sup>29</sup> Ekalia Ambor Budiadin, 2021.

<sup>30</sup> Elsie Yustiana Novitasari, 2024.

<sup>31</sup> Anggi Novitasari, 2023.

<sup>32</sup> Desy Rahayu Silaen, 2020.

kemudahan, dan pengaruh sosial terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment* ?
2. Apakah faktor persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment* ?
3. Apakah faktor pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment* ?
4. Apakah faktor persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment* ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan oleh peneliti maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh sosial terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial secara simultan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.

#### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan bermanfaat, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai analisis persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial dalam mempengaruhi minat menggunakan *digital payment*.
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda.
- c. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai bahan masukan atau pengalaman dalam melakukan penelitian, khususnya terkait dengan pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *digital payment* dikalangan dosen.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk menyusun strategi dan berkolaborasi dengan berbagai universitas dalam meningkatkan jumlah pengguna *digital payment* diberbagai kalangan dengan meningkatkan segi kualitas, fitur-fitur, dan keamanan yang ada dalam aplikasi *digital payment* serta meningkatkan promosi.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Kajian penelitian terdahulu dimaksudkan untuk menghindari duplikasi dari penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini mencakup tema penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan objek penelitian yang akan diteliti, serta melihat juga perbedaan-perbedaannya dengan maksud untuk menunjukkan kelayakan penelitian yang akan dilakukan agar terhindar dari duplikasi. Berdasarkan hasil penelusuran yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa jurnal atau skripsi yang relevan dengan judul proposal skripsi penelitian.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rini Sukma Dewi 2023, mengenai “Pengaruh faktor kemudahan, keamanan, dan sosial terhadap minat menggunakan uang elektronik (*e-money*) pada aplikasi ovo dengan variabel moderasi gender (studi empiris pada mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomi UII)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan sem dengan bantuan smartpls v3.3.3. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa minat untuk menggunakan *e-money* ovo dipengaruhi secara positif oleh kemudahan yang dirasakan dan pengaruh sosial sedangkan minat menggunakan *e-money* ovo tidak dipengaruhi oleh persepsi keamanan. Persepsi kemudahan, keamanan, dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik (*e-money*) ovo dengan gender sebagai pemoderasi.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Rini Sukma Dewi, “Pengaruh faktor kemudahan, keamanan, dan sosial terhadap minat menggunakan uang elektronik (*e-money*) pada aplikasi ovo dengan variabel moderasi gender (studi empiris pada mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomi UII)”, (Skripsi; Universitas Islam Indonesia, 2023).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas (X) yaitu kemudahan dan sosial sedangkan variabel terikat (Y) yaitu Minat. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian tersebut berfokus pada pengguna ovo pada mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomi di Universitas Islam Indonesia dan variabel X yaitu keamanan, sedangkan penelitian sekarang berfokus pada pengguna dana dan *m-banking* dikalangan dosen di IAIN Parepare dan menggunakan variabel bebas (X) yaitu persepsi kegunaan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh, mengenai Nurul Hidayah 2024, mengenai “Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI *Mobile Banking* Pada BNI KK Antang”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan alat analisis data yaitu SmartPLS verssi 4. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kegunaan dan variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BNI *Mobile Banking*.<sup>34</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada pengguna *digital payment* dengan variabel bebas (X) yaitu kegunaan, kemudahan, dan variabel terikat (Y) yaitu minat. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian tersebut berfokus minat menggunakan pada nasabah BNI KK Antang sedangkan penelitian sekarang berfokus pada minat menggunakan *digital payment* (dana dan *m-banking*) dikalangan dosen, penelitian tersebut analisis data menggunakan smartpls sedangkan penelitian sekarang menggunakan analisis data menggunakan spss.

---

<sup>34</sup> Nurul Hidayah, “Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI *Mobile Banking* Pada BNI KK Antang”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hilda Saskia 2024, mengenai “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech Lending (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pascasakti Tegal Penggunaan *Paylater*)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech lending*. Sedangkan variabel preferensi risiko dan pengaruh sosial berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *fintech lending*.<sup>35</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah variabel bebas (X) yaitu pengaruh sosial dan variabel terikat (Y) yaitu minat, sedangkan yang membedakannya adalah penelitian tersebut terfokus pada pengguna *paylater* pada mahasiswa dan variabel bebas (X) yang digunakan berupa literasi keuangan, gaya hidup, dan preferensi risiko sedangkan penelitian sekarang berfokus pada penggunaan *digital payment* berupa dana dan *m-banking* dikalangan dosen dan variabel X yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu pada penelitian menggunakan teori TPB (Teori *Planned of Behavior*) dan sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan teori TAM (*Technology Acceptance Model*).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Shilfa Azzahra Fatrin 2024, mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-money* Pada UMKM Di Yogyakarta”. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan

---

<sup>35</sup> Hilda Saskia, *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech Lending (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pascasakti Tegal Penggunaan Paylater*, (Skripsi: Universitas Pascasakti Tegal, 2024)

teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode *sampling systematic*. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* sedangkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.<sup>36</sup>

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada penggunaan digital payment. dengan variabel bebas (X) yaitu persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan variabel terikat (Y) yaitu minat. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian tersebut berfokus pada pengguna *e-money* pada UMKM di Yogyakarta dengan variabel bebas yaitu fitur layanan dan kepercayaan sedangkan penelitian sekarang berfokus pada pengguna layanan *digital payment* (dana dan *m-banking*) dikalangan dosen dan menggunakan variabel X yaitu pengaruh sosial.

## B. Tinjauan Teori

### 1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana penerimaan individu terhadap suatu teknologi dimana individu sebagai pengguna atau *user* memakai teknologi dilihat dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang selanjutnya dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* ini pertama kali dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 berdasarkan teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*).<sup>37</sup> Tujuan dari *technology acceptance model (TAM)* adalah untuk menjelaskan dan memahami terkait faktor yang mempengaruhi adopsi suatu teknologi. Dimana dengan memahami faktor tersebut,

---

<sup>36</sup> Shilfa Azzahra Fatrin, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada UMKM Di Yogyakarta*, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2024).

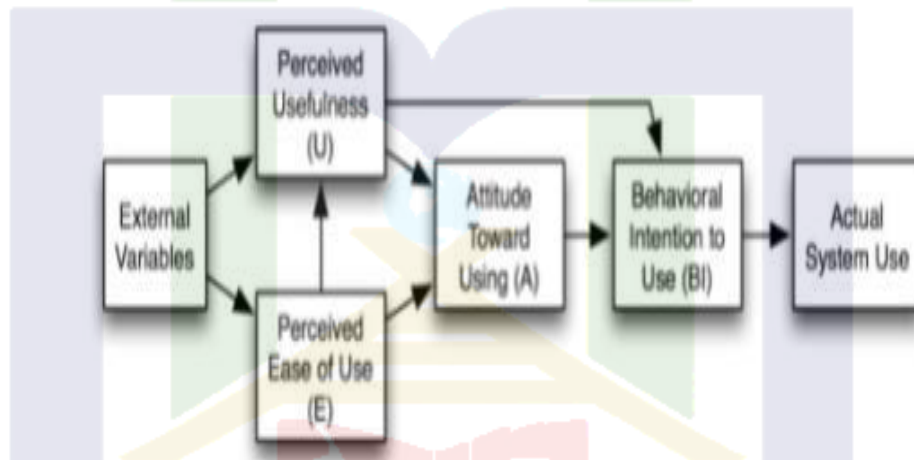
<sup>37</sup> Fred D. Davis, "Perceived usefulness, Perceived ease of use, and User Acceptance Of Information Technology", (MIS Quarterly: 13.3, 1989).

membuat suatu perusahaan dapat merancang teknologi menjadi lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja pengguna.

Teori tam terdapat beberapa konstruk utama yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi yaitu:

- a. *Perceived usefulness (PU)* yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya.
- b. *Perceived easy of use (PEOU)* yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi bebas dari usaha keras.<sup>38</sup>

Berikut gambar konstruk awal *TAM* yang dikenalkan oleh Davis.



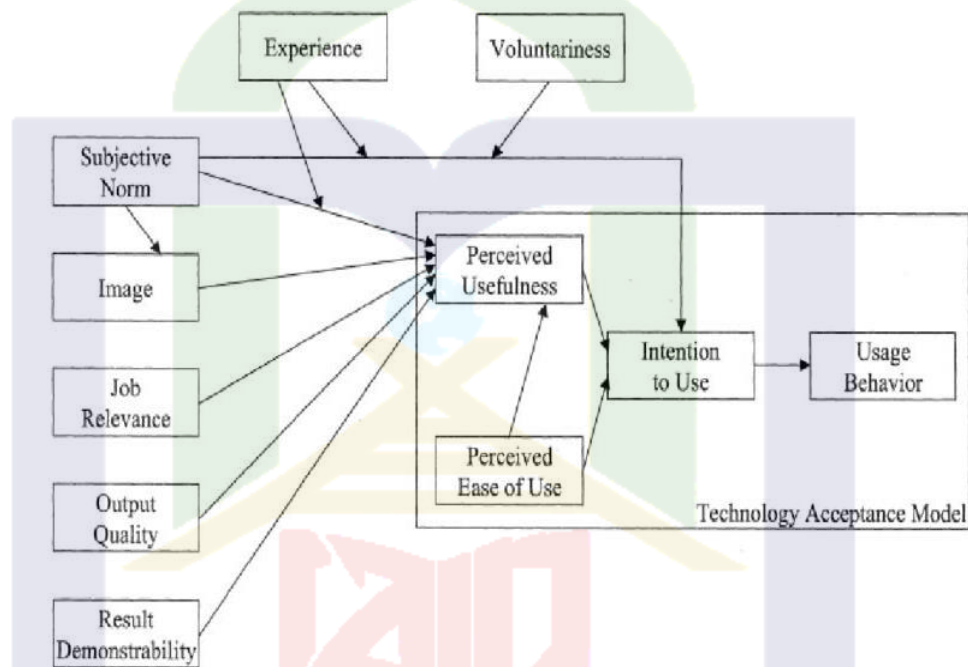
**Gambar 2.1 Model Konstruk *Technology Acceptance Model (TAM)***

Sumber: Davis (1989).

Dua konstruk utama tersebut berpengaruh terhadap sikap berupa penerimaan atau penolakan terhadap teknologi, sikap tersebut selanjutnya mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dimana pengguna akan berminat menggunakan teknologi jika merasa sistem mudah digunakan dan tidak sulit, adapun sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pengguna merasa sistem masih berguna. Selanjutnya penggunaan nyata dari suatu teknologi (*actual system use*).

<sup>38</sup> Titi Sugiarti, "*Sistem Informasi Keuangan Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*", (Jawa Barat: Cv. Adanu Abimata), h. 10-12.

Seiring dengan perkembangan teknologi teori *tam* juga terus mengalami perkembangan, Pada tahun 2000 Venkatesh dan Davis mengembangkan *TAM 2* dengan tetap mempertahankan variabel *tam* asli dan menambahkan variabel baru yang menggabungkan sikap dan norma subjektif menjadi satu variabel yaitu *social influence* yang menekankan pada pengaruh sosial dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi.<sup>39</sup> *Tam 2* ini lebih baik dalam menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan teknologi daripada *tam* asli.

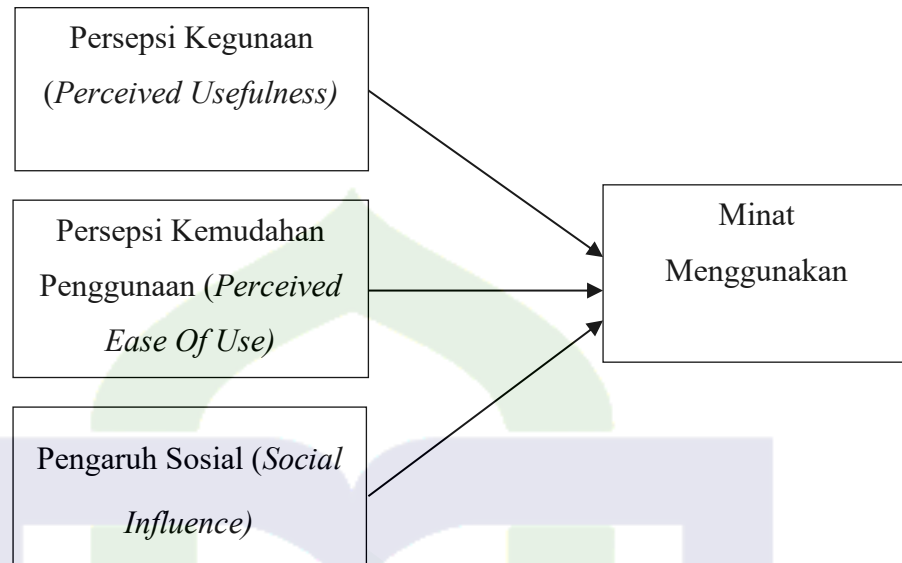


**Gambar 2.2 Model konstruk *Technology Acceptance Model (TAM2)***

Sumber: Venkatesh dan Davis (2000).

Pada penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan memodifikasi tanpa menggunakan *attitude toward using* dan *actual system use*. Berikut konstruk modifikasi tam.

<sup>39</sup> Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, *Management Science*, 46.2 (2000).



**Gambar 2.3 Model Modifikasi Tam**

**a. Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*)**

**1) Pengertian Kegunaan (*Perceived usefulness*)**

Menurut Davis dalam Dian Ramadhani dan Edi Purwanto, persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.<sup>40</sup> Sehingga dapat disimpulkan individu akan lebih termotivasi untuk menerima dan memanfaatkan teknologi apabila mereka merasa teknologi tersebut benar-benar membantu dalam menyelesaikan tugas secara lebih efektif dan efisien.

Menurut Surendran dalam Titi Sugiarti, persepsi kegunaan merupakan suatu perseptif pribadi yang muncul bahwa penggunaan aplikasi atau teknologi akan meningkatkan kualitas dalam pekerjaan dan

<sup>40</sup> Dian Ramadhani Elyosha Marey dan Edi Purwanto, "*Technology Adoption A Conceptual Framework*," (Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020), h. 35.

kehidupan mereka.<sup>41</sup> Pemanfaatan platform pembayaran digital juga dinilai meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi terutama dalam hal kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan.<sup>42</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian individu tidak hanya berdasarkan pada fungsi aplikasi tetapi juga pada sejauh mana teknologi mampu beri manfaat.

Menurut Widodo dalam Amelia et al, persepsi kegunaan merupakan tingkat kepercayaan pengguna kesistem informasi untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja.<sup>43</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tersebut memotivasi pengguna untuk memanfaatkan sistem secara optimal. Sedangkan menurut Muhammad Rusydi Navri *et al*, Persepsi kegunaan merupakan persepsi individu bahwa penggunaan suatu teknologi digital dalam bertransaksi berpotensi meningkatkan efisiensi dan efektivitas system pembayaran. Dalam konteks ini, efektivitas diukur dari berbagai aspek seperti kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, dan penerimaan individu.<sup>44</sup>

## 2) Indikator Persepsi Kegunaan (*Perceived usefulness*)

Menurut Viswanath Venkatesh et al, persepsi kegunaan diukur melalui indikator sebagai berikut:<sup>45</sup>

- a) Menyelesaikan tugas lebih cepat.
- b) Meningkatkan kinerja.
- c) Meningkatkan produktivitas.

---

<sup>41</sup>Titi Sugiarti, *Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, (Jawa Barat: Cv. Adanu Abimata, 2023), h. 10.

<sup>42</sup>Besse Faradiba et al., *Analysis of the Efficiency of Use and Risk of Interest in Sharia Digital Transactions Gen Z in Parepare City*, ICCEIS, 2.1, 2024.

<sup>43</sup> Amelia et al, *Ekonomi Berkelanjutan Bagi Sociopreneur: Penggunaan Acceptance Of Technology Innovation Model Dalam Meningkatkan Penggunaan Digital Marketing Dalam Masyarakat*, (Malang: Cv. Literasi Nusantara Abadi, 2022), h. 11.

<sup>44</sup> Muhammad Rusydi Navri et al, "Effectiveness of Using The Indonesia Standard Quick Response Code (Qris) to Ease Transactions at Paddy's Market", *IJHESS: International Journal of Health Economics, and Social Sciences*, 6.2, 2024.

<sup>45</sup> Viswanath Venkatesh, et al., *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*, *MIS Quarterly*: 27.3, 2003. h. 449.

- d) Meningkatkan efektifitas kinerja.
- e) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

## **b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived easy of use*)**

### **1) Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived easy of use*)**

Menurut Davis, *Perceived easy of use is the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort.* Artinya persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan banyak usaha.<sup>46</sup> Sehingga bisa disimpulkan bahwa suatu sistem yang mudah akan meningkatkan motivasi seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dikarenakan pengguna cenderung menghindari sistem yang rumit.

Menurut Venkatesh & Davis, Persepsi kemudahan menekankan ekpektasi pengguna sebelum menggunakan sistem, yaitu mereka akan lebih menerima jika sistem tersebut dianggap tidak sulit.<sup>47</sup> Sehingga bisa disimpulkan bahwa sistem yang tidak sulit akan membuat pengguna terbuka untuk mengadopsi dan memanfaatkan suatu teknologi.

Menurut Ernawati dan Noersanti dalam Muhtar Sapiri, kemudahan adalah suatu ukuran dimana sebuah individu merasa yakin bahwa dalam memanfaatkan sebuah teknologi akan merasa jelas dan mampu menggunakannya.<sup>48</sup> Sedangkan menurut Multazam Mansyur Addury et al, Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penerapan teknologi dapat memberikan kemudahan bagi

---

<sup>46</sup> Fred D. Davis, 1989.

<sup>47</sup> Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis, 2000.

<sup>48</sup> Muhtar Sapiri, "*Aplikasi Stockbit; Penggunaan Pendekatan Delone & Mclean Dalam Transaksi Saham*, (Nas Media Pustaka, 2024), h. 16.

dirinya dan mengurangi beban pekerjaan.<sup>49</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan keyakinan individu bahwa teknologi yang digunakan mudah dipahami dan dioperasikan, sehingga dapat membantu meningkatkan efisiensi pekerjaan. Selain itu, semakin sering individu berinteraksi dengan teknologi, semakin tinggi pula tingkat kemudahan yang dirasakan karena meningkatnya pengalaman dan pemahaman terhadap teknologi tersebut.

Berdasarkan keempat definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah pandangan individu terhadap suatu teknologi tidak hanya terkait dengan fungsi teknis atau kemampuan sistem secara nyata, tetapi juga dipengaruhi oleh pendapat atau pemahaman pribadi pengguna terhadap seberapa mudah sistem dapat dipelajari dan diterapkan dalam suatu kegiatan.

## 2) Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived easy of use*)

Menurut Davis, beberapa indikator dari persepsi kemudahan penggunaan yaitu :<sup>50</sup>

- a) Kemudahan untuk dipelajari (*Easy to Learn*) yaitu pengguna merasa bahwa sistem mudah untuk dipelajari.
- b) Kejelasan dan mudah dimengerti (*Clear & understandable*) yaitu suatu sistem memiliki tampilan, bahasa, dan proses yang mudah dipahami oleh pengguna.
- c) Kemudahan dalam menjadi terampil (*Easy to be Skillful*) yaitu pengguna merasa cepat mahir atau terampil menggunakan sistem setelah mencoba beberapa kali.

---

<sup>49</sup> Multazam Mansyur Addury *et al*, *Technology Acceptance Model Analysis on the Student Intention for Islamic Philantropy in Yogyakarta*, Jurnal Syariah Dan Hukum: 20.1, 2022.

<sup>50</sup> Fred D. Davis, 1989.

- d) Kemudahan dalam mengoperasikan (*Easy to Use*) yaitu suatu sistem tidak membingungkan, bisa digunakan tanpa perlu banyak bantuan, dan tidak rumit.
- e) Fleksibilitas penggunaan (*Flexible to Use*) yaitu suatu sistem dapat digunakan dalam berbagai kondisi atau situasi tanpa hambatan teknis.

### c. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

#### 1) Pengertian Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Menurut Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, *Social influence is defined as the degree to which an individual perceives that important others believe he or she should use the new system*. Artinya pengaruh sosial didefinisikan sebagai tingkat persepsi individu bahwa orang lain yang dianggapnya penting, percaya bahwa dia seharusnya menggunakan sistem yang baru.<sup>51</sup> Menurut Kamaruddin dan Omar dalam Amelia et al, *social influence* diartikan sejauh mana seseorang menganggap orang lain penting dalam mempengaruhi mereka agar percaya menggunakan sistem baru.<sup>52</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan pengaruh sosial ini menjadi suatu motivasi bagi individu untuk percaya dalam menggunakan teknologi.

Menurut Stangor dalam Mirra Noor Milla et al, pengaruh sosial merupakan suatu proses mengubah pikiran, perasaan, dan perilaku orang lain melalui individu atau kelompok.<sup>53</sup> Sedangkan menurut fikri, pengaruh sosial mengacu pada proses dimana individu memengaruhi satu sama lain dalam perilaku, pemikiran, dan emosi, baik secara langsung maupun melalui media massa dan budaya populer.<sup>54</sup> Sehingga dapat disimpulkan

<sup>51</sup> Viswanath Venkatesh et al., *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*, 27.3, 2003. h. 451.

<sup>52</sup> Amelia et al, *Ekonomi Berkelanjutan Bagi Sociopreneur: Penggunaan Acceptance Of Technology Innovation Model Dalam Meningkatkan Penggunaan Digital Marketing Dalam Masyarakat*, (Malang: Cv. Literasi Nusantara Abadi, 2022), h. 17-18.

<sup>53</sup> Mirra Noor Milla et al, *Psikologi Sosial*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2013), h. 22.

<sup>54</sup> Fikri, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: PT. Penamuda Media, 2024), h. 49

bahwa Dengan demikian, pengaruh sosial sebagai mekanisme yang mendorong seseorang untuk menyesuaikan diri dengan nilai, norma, atau perilaku yang berlaku di lingkungannya.

Menurut Venkatesh dan Davis, pengaruh sosial dibagi menjadi tiga proses utama yaitu:<sup>55</sup>

- a) *Internalization-based* (basis internalisasi), merujuk pada kebutuhan individu untuk menjadi benar.
- b) *Identification-based* merujuk pada proses membangun hubungan emosional dengan orang lain, sehingga mereka lebih cenderung untuk mempercayai dan mengikuti perilaku orang tersebut.
- c) *Compliance-based* merujuk pada proses pengaruh sosial berbasis kepatuhan berkaitan dengan kepatuhan terhadap harapan.

## **2) Indikator Pengaruh Sosial (*Sosial Influence*)**

Menurut Kotler dan Keller, Indikator faktor sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:<sup>56</sup>

### **(1) Kelompok Referensi**

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok ini mempengaruhi anggotanya dengan 3 cara yaitu mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri, serta menuntut untuk mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat mempengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merk.

---

<sup>55</sup> Jogyanto Hartono, *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset Ke Depan*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019).

<sup>56</sup> Philip Kotler dan Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terj. Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2012).

## (2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga yang menjadi kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.

## (3) Peran dan Status

Individu yang tergabung dalam berbagai kelompok sering menjadi sumber informasi dan pembentuk norma perilaku. Kedudukan seseorang ditentukan oleh peran dan status yang dijalankannya, di mana setiap peran mencerminkan tanggung jawab tertentu dan menghasilkan status sosial. Oleh karena itu, individu cenderung memilih produk yang dapat menunjukkan peran dan status mereka di masyarakat.

## 2. Minat

### a. Pengertian Minat

Menurut Kasmir, minat adalah ketertarikan pada suatu bidang yang sudah tertanam dan dapat timbul dari dalam diri seseorang setelah dipelajari dari berbagai cara.<sup>57</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan seseorang terhadap suatu bidang setelah adanya pembelajaran yang didapat dari berbagai cara dimana seseorang yang memiliki minat akan mudah dan cepat beradaptasi dalam suatu bidang.

Menurut Ganefri Yulastri et al, minat merupakan kecenderungan hati terhadap sesuatu yang dapat diinterpretasikan sebagai keinginan, kehendak, atau kesukaan. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong individu untuk melakukan apa yang kehendaki.<sup>58</sup> Sehingga disimpulkan bahwa minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu hal atau keinginan yang berperan sebagai motivasi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan atau disukai.

---

<sup>57</sup> Kasmir, "Kewirausahaan-Edisi Revisi", (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), h. 43.

<sup>58</sup> Ganefri Yulastri, et. al, "Digital Entrepreneurship: Digital Technology For Sustainable Entrepreneurship", (Padang: CV Berkah Prima, 2022).

Menurut Sri Anjarwati. Minat adalah dorongan internal yang muncul tanpa adanya tekanan dari pihak lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah perasaan suka dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa adanya dorongan dari luar atau cenderung untuk mencari objek yang disukai tersebut.<sup>59</sup> Sehingga minat merupakan dorongan dari dalam diri berupa kertertarikan terhadap suatu produk yang berkaitan dengan keputusan menggunakan jasa atau produk yang disukai.

Menurut Kotler dan Keller, Minat adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi, atau bahkan menginginkan suatu produk.<sup>60</sup> Sehingga minat merupakan keinginan yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memilih menggunakan produk berdasarkan pengalaman.

Berdasarkan keempat pengertian minat diatas disimpulkan bahwa minat merupakan motivasi diri yang diinterpretasikan sebagai perilaku konsumen berupa dorongan yang membuat seseorang tertarik dalam menggunakan suatu objek tertentu yang diinginkan atau disukai.

#### **b. Bentuk-Bentuk Minat**

Menurut Buchori dalam bukunya slameto, bentuk-bentuk minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu :

- 1) Minat Primitif, yaitu minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Jadi minat ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan langsung dapat mendorong seseorang untuk merasakan kepuasan.

---

<sup>59</sup> Sri Anjarwati et al., *Literasi Digital Bisnis* (Cendikia Mulia Mandiri, 2024).

<sup>60</sup> Philip Kotler dan Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terj. Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2012).

- 2) Minat Kultural, yaitu minat yang bersifat sosial, berasal atau diperoleh dari proses belajar. Minat kultural ini lebih tinggi nilainya daripada minat primitive.<sup>61</sup>

### c. Aspek-Aspek Minat

Beberapa aspek yang mempengaruhi minat konsumen adalah sebagai berikut :<sup>62</sup>

- 1) Perhatian (*Attention*) yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Pesan yang ada harus menarik perhatian konsumen sasaran karena pesan yang mampu menarik perhatian yang akan dilihat, dikenal, diketahui, dan diingat oleh konsumen. Proses tersebut dikatakan sebagai proses kesadaran (*awareness*) terhadap produk yang disampaikan kepada konsumen.
- 2) Ketertarikan (*Interest*) yaitu ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Setelah perhatian konsumen berhasil direbut, maka pesan harus dapat menimbulkan ketertarikan sehingga timbul rasa ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih saksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian konsumen terhadap pesan yang disampaikan.
- 3) Keinginan (*Desire*) yaitu keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen, keinginan ini berkaitan dengan motif dan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk. Motif pembelian dibedakan menjadi dua, yaitu motif rasional, dan emosional. Dimana motif rasional mempertimbangkan konsumen akan keuntungan dan kerugian yang didapatkan, sedangkan motif emosional terjadi akibat emosi akan pembelian produk.

---

<sup>61</sup> Slameto, "Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya", (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 136.

<sup>62</sup> Satria Tirtayasa et al. , "Manajemen Pemasaran Dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Listrik", (Medan: Umsu Press, 2005), h. 223.

- 4) Tindakan (*Action*) yaitu tindakan calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Tindakan terjadi dengan adanya keinginan kuat konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan.

#### **d. Indikator Minat**

Menurut Kotler dan Keller minat dapat diidentifikasi dengan indikator berikut:<sup>63</sup>

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan individu dalam menggunakan suatu produk/layanan, kecenderungan tersebut berupa ketertarikan dan kesediaan konsumen terhadap produk/layanan.
- 2) Minat referensial, yaitu keinginan individu dalam merekomendasikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat prefensial, yaitu minat yang mencerminkan sikap individu yang mempunyai pilihan terhadap suatu produk didasarkan dari kepuasan, kenikmatan dan manfaat yang diperoleh. Pilihan tersebut dapat berubah jika produk prioritas mengalami sesuatu yang mempengaruhi persepsi konsumen.
- 4) Minat eksploratif, yaitu minat yang mencerminkan sikap individu yang suka mencari fakta terkait produk yang diinginkan dan menggali lebih dalam informasi terkait produk tersebut guna menguatkan sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### **3. Digital Payment**

#### **a. Pengertian Digital Payment**

Menurut Ganefri Yulastri, pembayaran digital atau *digital payment* diartikan sebagai proses pemindahan sejumlah uang dari sipembayar ke penerima dimana uang tersebut disimpan, diproses, dan diterima dalam

<sup>63</sup> Philip Kotler dan Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terj. Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2012).

bentuk informasi digital dan proses pemindahannya dilakukan melalui alat pembayaran elektronik.<sup>64</sup> Sehingga disimpulkan bahwa *digital payment* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan antara kedua belah melalui sistem online.

Menurut Sri Anjarwati, Pembayaran digital merujuk pada proses pembayaran digital yang dilakukan secara elektronik melalui perangkat digital yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi dengan cepat dan mudah tanpa perlu membawa uang tunai.<sup>65</sup> Sehingga *digital payment* merupakan suatu sistem yang memudahkan dalam melakukan berbagai transaksi online tanpa perlu membawa uang tunai.

*Digital payment* menurut Firmansyah dan Ihsan Dacholfany adalah alat pembayaran dengan media penyimpanan uang berbentuk elektronik berupa *chip* atau *server*, yang mana nilai uang elektronik tersebut akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*Top-up*).<sup>66</sup> Sehingga *digital payment* adalah suatu bentuk alat transaksi dengan media penyimpanan elektronik dimana uang disimpan dalam bentuk kartu maupun aplikasi.

Berdasarkan ketiga pengertian diatas maka disimpulkan bahwa *digital payment* adalah metode pembayaran dengan menggunakan perangkat digital dan tidak lagi membutuhkan uang kertas atau cek dalam transaksinya sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi.

#### **b. Jenis-Jenis Aplikasi *Digital Payment***

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada jenis pembayaran digital yang bergantung pada *server* atau aplikasi. Terdapat beragam aplikasi pembayaran digital yang dikenal, namun dalam penelitian ini penulis berfokus

---

<sup>64</sup> Ganefri Yulastri, et. al, *Digital Entrepreneurship: Digital Technology For Sustainable Entrepreneurship*, (Padang: Cv. Berkah Prima, 2022), h. 47.

<sup>65</sup> Sri Anjarwati et al., *Literasi Digital Bisnis*, (Cendikia Mulia Mandiri, 2024).

<sup>66</sup> Firmansyah dan Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam* (Lampung: CV.IQRO, 2018), h. 24.

pada jenis *digital payment* yaitu *ewallet* dana dan *m-banking* di antaranya untuk diteliti lebih lanjut

1) Dompot digital (*E-Wallet*)

Dompot digital (*E-wallet*) Merupakan aplikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi secara online melalui *smartphone*. Merujuk pada *The Economic Times*, dompet digital adalah jenis akun yang digunakan dalam menyimpan uang untuk bertransaksi online yang dilindungi dengan kata sandi.<sup>67</sup> Sedangkan menurut Rissa Ayustia *et al*, dompet digital merupakan aplikasi yang memungkinkan pelanggan untuk menyimpan uang secara digital dan melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai.<sup>68</sup>

*E-Wallet* mambatasi sejumlah dana yang dapat disimpan diaplikasinya. Saat ini batasan uang yang dapat disimpan dalam sebulan diaplikasi *e-wallet* adalah Rp.40.000.000,-. Jadi *e-wallet* kurang efektif untuk menyimpan uang seperti dibank. Terlebih lagi *e-wallet* hanya dapat digunakan melalui ponsel pintar, tidak bisa melakukan tarik tunai melalui ATM.

Metode pembayaran *e-wallet* memiliki beberapa kelebihan, yaitu:<sup>69</sup>

- a) Transaksi lebih mudah dan cepat dimana hanya perlu memasukkan jumlah uang yang ingin dibayarkan, dan pembayaran tersebut akan diproses dengan cepat.
- b) Karena bertransaksi secara online, maka dapat meminimalisir peredaran uang palsu.
- c) Pembayaran lebih aman dan terlindungi, hanya perlu memasukkan kode pengaman dan informasi lainnya untuk melakukan transaksi dan mencegah penipuan.

<sup>67</sup> Dewi Sartika *et al*, *Ekonomi Digital*, ed. Muhammad Yusup (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), h. 52.

<sup>68</sup> Rissa Ayustia *et al*, *Literasi Keuangan dan Adopsi Financial Technology untuk Usaha Kecil dan Menengah di Daerah Perbatasan*, (Jawa Barat: Cv. Mega Press Nusantara, 2023), h. 56.

<sup>69</sup> Sastya Hendri Wibowo, *et al*. "Teknologi digital di era modern." (Sumatra Barat: Global Eksekutif Teknologi, 2023), h. 63.

- d) Menghindari kotak fisik.
- e) Biaya yang dikenakan untuk menggunakan *e-wallet* biasanya lebih rendah.
- f) *E-wallet* tersedia di hampir semua *platform*, sehingga Anda dapat melakukan pembayaran dan transfer uang secara langsung dan cepat.

Metode pembayaran *e-wallet* juga memiliki beberapa kekurangan, yaitu:

- a) Pengguna harus membayar biaya administrasi untuk setiap transaksi.
- b) Tidak semua toko dan pedagang menerima pembayaran melalui *e-wallet*.
- c) Berpotensi meningkatkan gaya hidup konsumtif.

Adapun *ewallet* yang saya gunakan dalam penelitian ini yaitu dana dan shopeepay. Dana merupakan *platform* dompet digital yang didirikan oleh PT. Elang Mahkota Tbk (Emtek Group). Pada 5 Desember 2018 dana telah mendapatkan izin diseluruh Indonesia untuk beroperasi sebagai perusahaan fintech. Dana sebagai dompet digital memudahkan kita untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer uang, bayar tagihan, pembelian tiket, dan banyak jenis pembayaran.<sup>70</sup>

## 2) *M-Banking*

*M-Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan telepon genggam atau smartphone. Melalui *m-banking* individu dapat mengakses rekening bank mereka, melakukan transfer dana dan memantau aktivitas keuangan mereka kapan saja dan dimana saja.<sup>71</sup>

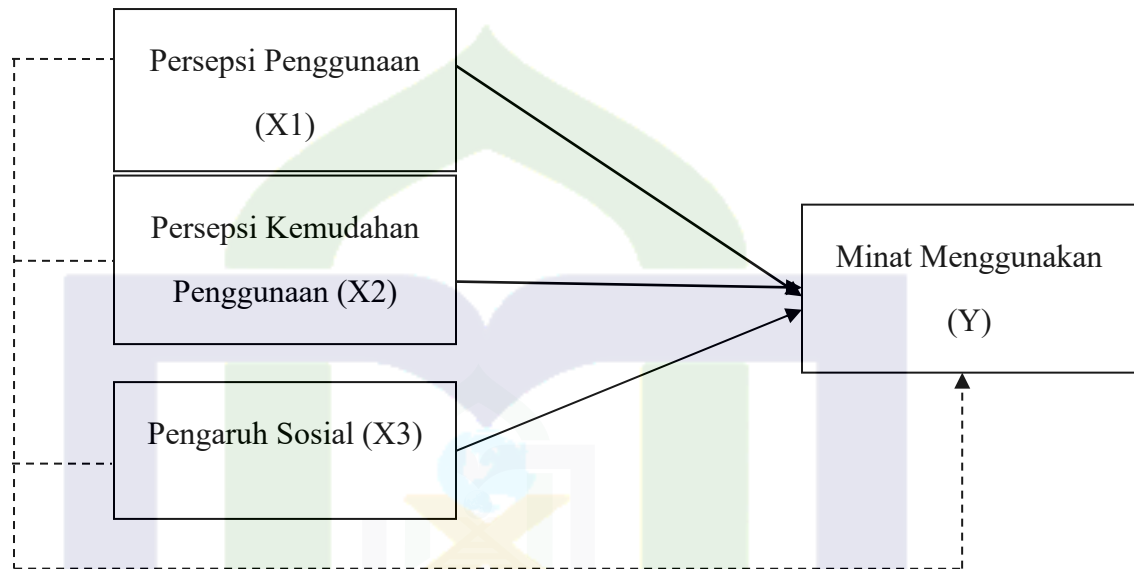
## C. Kerangka Fikir

Kerangka fikir adalah sebuah konsep yang menggambarkan hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, atau skema dengan tujuan untuk mempermudah

<sup>70</sup> Suyanto, “*Mengenal Dompet Digital Di Indonesia*”, (Serang: Cv. AA. Rizky, 2023), h. 21.

<sup>71</sup> Rissa Ayustia, et al., *Literasi Keuangan dan Adopsi Financial Technolog Untuk Usaha Kecil dan Menengah di daerah Perbatasan*, (Jawa Barat: Cv. Mega Press Nusantara, 2023), h. 58

pemahaman.<sup>72</sup> Sesuai dengan judul penelitian Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen IAIN Menggunakan *Digital Payment* untuk memperjelas gambaran penelitian ini, berikut ini kerangka pemikiran yang dapat mewakili dari isi penelitian ini secara umum dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2.4 Kerangka Fikir**

Keterangan :

Pengaruh Secara Parsial :   
 Pengaruh Secara Simultan : 

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara mengenai masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya.<sup>73</sup> Suatu hipotesis dikatakan diterima jika fakta mendukungnya dan ditolak jika hipotesis tersebut ternyata salah.

Berdasarkan uraian kajian pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

<sup>72</sup> IAIN Parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023), h. 39.

<sup>73</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, "*Dasar Metodologi Penelitian*", (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 56.

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Persepsi Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi kegunaan ini mempengaruhi minat menggunakan karena semakin individu merasa bahwa teknologi berguna dan dapat membantu dalam menyelesaikan tugas dan tujuan mereka, maka semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya, jika individu tidak merasa bahwa teknologi berguna atau tidak membantu mereka, maka kemungkinan besar mereka tidak akan memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.<sup>74</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid Iffat, persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik.<sup>75</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Elsie Yustiana Novitasari, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi uang elektronik.<sup>76</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$H_1$ : Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. Jika individu merasa teknologi mudah

<sup>74</sup> Soetam Rizky Wicaksono, “*Teori Dasar Technology Acceptance Model*”, (Malang: Cv. Seribu Bintang, 2022), h.49.

<sup>75</sup> Muhammad Farid Iffat, “*Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan dompet elektronik di Kota Medan*”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2022)

<sup>76</sup> Elsie Yustiana Novitasari, “*Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi uang elektronik Dana pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta*”, (Skripsi: Universitas Kristen Duta Wacana, 2024).

digunakan, maka mereka cenderung memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya, jika individu merasa teknologi sulit digunakan atau membutuhkan waktu dan usaha yang besar untuk belajar, maka kemungkinan besar mereka tidak akan memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.<sup>77</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Khairunisa Dwi Fortuna, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *digital payment*.<sup>78</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan Afifah Zakiyyah, persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *go-pay*.<sup>79</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.

3. Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Pengaruh Sosial didefinisikan sebagai tingkat persepsi individu bahwa orang lain yang dianggapnya penting, percaya bahwa dia seharusnya menggunakan sistem yang baru. Pengaruh sosial merujuk pada proses dimana individu mengubah perilaku, sikap, atau pendapat mereka sebagai respon terhadap tekanan atau norma sosial.<sup>80</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rashif Darmawan, pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

<sup>77</sup> Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, (Malang: Cv. Seribu Bintang, 2022), h.50.

<sup>78</sup> Khairunisa Dwi Fortuna, "*Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet shopeepay pada generasi Z Di Kabupaten Sleman*", (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2023).

<sup>79</sup> Afifah Zakiyyah, "*Pengaruh Persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan go-pay*", (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2020).

<sup>80</sup> Fikri, "*Psikologi Sosial*", (Yogyakarta: Pt. Penamuda Media, 2024), h.106.

metode pembayaran *cashless*.<sup>81</sup> Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Desy Rahayu Silaen, pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*. Hal tersebut disebabkan karena mahasiswa menggunakan pembayaran secara non tunai karena keinginan sendiri bukan dari keluarga, teman, atau lingkungan sosialnya.<sup>82</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.

4. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial secara simultan terhadap Minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Teori *TAM* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana penerimaan individu terhadap suatu teknologi dimana individu sebagai pengguna memakai teknologi dilihat dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial yang selanjutnya dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi.<sup>83</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Tristama Vinatan menyatakan bahwa semua variabel independen yaitu persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan pengaruh sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat menggunakan media sosial secara simultan.<sup>84</sup>

---

<sup>81</sup> Muhammad Rashif Darmawan, "Pengaruh sosial, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan metode pembayaran *cashless* pada transaksi pembayaran di Hotel" (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2022).

<sup>82</sup> Desy Rahayu Silaen, "Pengaruh Sosial, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *Cashless*", (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2020)

<sup>83</sup> Fred D. davis, 1989.

<sup>84</sup> Tristama Vinatan, "Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan media sosial pada mahasiswa fakultas bisnis dan akuntansi di Universitas Katolik Musi Charista", (Jurnal Manajemen: 2.1, 2023).

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama (H<sub>4</sub>) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yakni metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>85</sup> Dimana jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang melibatkan pengumpulan data langsung dari lapangan atau lokasi penelitian.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas), yang terdiri dari Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Pengaruh Sosial (X3) terhadap variabel Y (variabel terikat), yaitu Minat menggunakan, baik secara parsial maupun simultan.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampus IAIN Parepare yang beralamat di Jl. Amal Bhakti No.8, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Waktu penelitian sejak tanggal proposal ini diterima sejak 26 November 2025 hingga Januari 2026.

---

<sup>85</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet-19 (Bandung: Alfabeta, 2013), h.8.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>86</sup> Dengan demikian, disimpulkan populasi adalah keseluruhan jumlah dari data penelitian. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini ialah 225 Dosen IAIN Parepare.

### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Teknik ini merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>87</sup> Kriteria dalam pengambilan sampel ini yaitu :

- 1) Dosen Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- 2) Dosen yang menggunakan aplikasi *digital payment* (dana dan *mbanking*).
- 3) Dosen yang pernah melakukan transaksi menggunakan *digital payment* (dana dan *mbanking*).

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan rincian sebagai berikut:

---

<sup>86</sup> Munawaroh, “*Panduan Memahami Metodologi Penelitian*”, (Malang: Intimedia, 2012), h.61.

<sup>87</sup> Imam Machali, “*Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), h. 65.

**Tabel 3.1 Sampel Dosen**

<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah Dosen Fakultas</b>
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	35 Dosen
Dosen Fakultas Tarbiyah (Faktar)	31 Dosen
Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD)	17 Dosen
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam (Fakshi)	11 Dosen
Pascasarjana	6 Dosen
<b>Total</b>	<b>100 Sampel</b>

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik/angka.

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

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yakni:

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari Dosen di IAIN Parepare.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada.<sup>88</sup> Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan

<sup>88</sup> Budi Harjo, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Statistik Untuk Pemula*, (Yogyakarta: Nuta Media, 2020), h. 77.

variabel-variabel yang diteliti yang dalam hal ini Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan *Digital Payment*.

## E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

### 1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai standar yang ditetapkan. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan sebagai berikut :

- a. **Kuisisioner**, kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden.<sup>89</sup> Adapun kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup berupa pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda.
- b. **Dokumentasi**, Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencatat dan dokumen lainnya mengenai data sekunder yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

### 2. Teknik Pengolahan Data

Proses pengolahan data responden yang telah dikumpulkan meliputi kegiatan sebagai berikut:

#### a. Proses Editing

Mengedit adalah suatu proses pemeriksaan daftar pernyataan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. Proses editing ini bertujuan agar data pernyataan yang nanti akan dianalisis telah akurat dan lengkap.

---

<sup>89</sup> Rully Indrawan et al, "*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014), h. 230.

### **b. Proses Coding**

Coding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden kedalam kategori-kategori. Klasifikasi bisa dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

### **c. Proses Tabulasi**

Tabulasi adalah proses memasukkan data kedalam tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis.

## **F. Definisi Operasional Variabel**

Variabel yaitu konsep yang mempunyai nilai dan dapat diukur. Kidder menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dari pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel adalah penilaian terhadap orang maupun objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.<sup>90</sup> Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam kategori utama yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*).

Variabel bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dan Pengaruh Sosial (X3).

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan

---

<sup>90</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013), h.

oleh variabel bebas.<sup>91</sup> Pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu minat menggunakan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut:

### 3.2 Definisi Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Persepsi Kegunaan (X1)	Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyelesaikan tugas lebih cepat.</li> <li>2. Meningkatkan kinerja individu.</li> <li>3. Meningkatkan produktivitas individu.</li> <li>4. Meningkatkan efektifitas kinerja individu.</li> <li>5. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.</li> </ol>
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan banyak usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan untuk dipelajari (<i>Easy to Learn</i>).</li> <li>2. Kejelasan dan mudah dimengerti (<i>Clear&amp;understandable</i>).</li> <li>3. Kemudahan dalam menjadi terampil (<i>Easy to be Skillful</i>).</li> <li>4. Kemudahan dalam mengoperasikan (<i>Easy to Use</i>).</li> <li>5. Fleksibilitas penggunaan (<i>Flexible to Use</i>).</li> </ol>

<sup>91</sup> Jonathan Sarwono, *Metode RiseSkripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), h. 12.

3	Pengaruh Sosial (X3)	pengaruh sosial atau <i>social influence</i> didefinisikan sebagai tingkat persepsi individu bahwa orang lain yang dianggapnya penting, percaya bahwa dia seharusnya menggunakan sistem yang baru/	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelompok Referensi.</li> <li>2. Keluarga.</li> <li>3. Peran dan status.</li> </ol>
4	Minat Menggunakan (Y)	Minat adalah ketertarikan pada suatu bidang yang sudah tertanam dan dapat timbul dari dalam diri seseorang setelah dipelajari dari berbagai cara.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat prefensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol>

### G. Instrumen Penelitian

Untuk menguji dan membuktikan hipotesis, diperlukan data yang mendukung. Untuk mendapatkan data yang lengkap, metode pengumpulan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti sangat penting karena hal ini dapat menentukan keberhasilan penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan instrument pengumpulan data menggunakan metode angket/kuesioner.

Kuesioner adalah suatu formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dalam formulir tersebut terdapat sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan dijawab sesuai karakteristik responden itu sendiri. Metode penelitian yang diterapkan menggunakan kuesioner berbentuk skala likert

dengan setiap jawaban dari responden dihubungkan dengan pertanyaan responden yang dijelaskan melalui indikator-indikator dari setiap variabel.<sup>92</sup>

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala likert 5 poin.

**Tabel 3.3 Skala Likert**

<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Metode Penelitian Kuantitatif, Sugiyono, 2014

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan.

**1. Analisis Deskriptif**, digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti.

### 2. Metode Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menilai valid atau tidaknya suatu kuosioner. Suatu kuosioner dianggap valid jika pertanyaan dalam kuosioner tersebut mampu mencerminkan atau mengungkapkan hal yang menjadi tujuan pengukuran kuosioner tersebut. Uji validitas data diukur dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  Pada taraf signifikan 5% atau 0,05:

<sup>92</sup> Ruly Indrawan *et al*, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014), h. 168.

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan kuosioner tersebut valid.
- 2) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan kuosioner tersebut tidak valid.<sup>93</sup>

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

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dengan bantuan program SPSS versi 25. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $r_{hitung} > 0,6$ .<sup>94</sup>

#### **c. Uji Asumsi Klasik**

##### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi tersebut secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal.<sup>95</sup> Uji normalitas peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan Analisis grafik yaitu normal QQ Plot. Pada Uji *Kolmogorov-Smirnov*, variabel dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi  $> 0,05$ . Variabel juga dikatakan berdistribusi normal jika pada normal Q-Q Plot, titik-titik berada disekitar garis diagonal.<sup>96</sup>

##### **2) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan

<sup>93</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h. 77.

<sup>94</sup> Sofyan Siregar, “*Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h. 90.

<sup>95</sup> Duwi Priyanto, “*Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*”, (Yogyakarta : Andi, 2012), h. 144.

<sup>96</sup> Muhamad Uyun dan Baquandi Lutvi Yoseanto, “*Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: Deepublish, 2022), h. 126.

kepengamatan yang lain. Dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan kepengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan kepengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji Gleyser dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan tiap-tiap variabel independen.<sup>97</sup> Apabila hasil probabilitasnya memiliki nilai signifikansi  $>$  nilai  $\alpha = 0,05$ , maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

### 3) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas.. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolonieritas dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Berikut kriteria yang digunakan adalah:

- a) Jika nilai VIF  $<$  10 atau memiliki tolerance  $>$  0,10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolonieritas dalam model regresi.
- b) Jika koefisien korelasi antar variabel kurang dari 0,5, maka tidak terdapat masalah multikolonieritas.<sup>98</sup>

#### d. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah studi tentang hubungan linear antara dua atau lebih variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Tujuannya adalah untuk meramalkan nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen mengalami perubahan, serta untuk menentukan arah hubungan

<sup>97</sup> Imam Machali, *“Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), h. 97.

<sup>98</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016) h. 107.

antara variabel independen dan variabel dependen apakah bersifat positif atau negatif.<sup>99</sup> Rumus analisis linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

- Y : Minat  
 a : Koefisien konstanta  
 $\beta$  : Koefisien regresi  
 X1 : Persepsi kegunaan  
 X2 : Persepsi kemudahan penggunaan  
 X3 : Pengaruh sosial  
 e : Standar eror

#### e. Uji Hipotesis

Model regresi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

##### 1) Uji Statistik t (Parsial)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas (independen) secara individual atau parsial terhadap variasi variabel terikat (dependen). Pengujian ini menggunakan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 atau tingkat keyakinan 95%.<sup>100</sup> Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.
- b. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y secara signifikan.

<sup>99</sup> I Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h. 57.

<sup>100</sup> I Ghazali, 2019.

## 2) Uji Statistik F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig } F > 0,05$ . Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig } F < 0,05$ . Artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

## 3) Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya bertujuan untuk mengukur besarnya kontribusi variasi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara 0 dan 1, dimana ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>101</sup> Berikut tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 3, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 97-98.

<sup>102</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 242.

**Tabel 3.4 Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, Metode Kuantitatif, Kualitatif, 2014.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Analisis Deskriptif Responden

Responden yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 100 orang. Profil responden terdiri dari jenis *digital payment* yang biasa digunakan, pendidikan, jenis kelamin, usia, dan homebase dosen. Adapun hasilnya dapat dilihat dibawah ini:

##### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis *Digital Payment* Yang Biasa Digunakan

Karakteristik Responden berdasarkan jenis *digital payment* yang biasa digunakan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis *digital payment* yang biasa digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	E-Wallet (Dana)	11	11.0	11.0	11.0
	M-Banking	89	89.0	89.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian ini. Responden yang menggunakan *digital payment* berupa *e-wallet* (dana) sebanyak 11 orang dengan persentase 11.0% dan responden yang menggunakan *digital payment* (*m-banking*) sebanyak 89 orang dengan persentase 89.0%. hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih dominan menggunakan *digital payment* berupa *m-banking* daripada *e-wallet* (dana).

- b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan  
Tabel 4.2 Responden berdasarkan tingkat pendidikan

		Tingkat Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S2	69	69.0	69.0	69.0
	S3	31	31.0	31.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian ini. Sebanyak 69 responden lulusan S2 dengan persentase 69.0% dan 31 responden lulusan S3 dengan persentase 31.0%. Berdasarkan data tersebut tingkat pendidikan dengan jumlah terbanyak ialah lulusan S2.

- c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
Tabel 4.3 Responden berdasarkan jenis kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	49	49.0	49.0	49.0
	Perempuan	51	51.0	51.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian ini. Sebanyak 49 responden dengan jenis kelamin laki-laki dan 51 responden dengan jenis kelamin perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden perempuan.

## d. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.4 Responden berdasarkan usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	25-30	11	11.0	11.0	11.0
	31-41	59	59.0	59.0	70.0
	42-52	14	14.0	14.0	84.0
	53-63	14	14.0	14.0	98.0
	>63	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian ini. Sebanyak 11 responden dengan persentase 11.0% berusia 25-30, 59 responden dengan persentase 59.0% berusia 31-41, 14 responden dengan persentase 14.0% berusia 42-52, 14 responden dengan persentase 14.0% berusia 53-63, 2 responden dengan persentase 2.0% berusia > 63. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden berusia 31-41.

## e. Karakteristik Responden Berdasarkan Homebase Dosen

Tabel 4.5 Responden berdasarkan Homebase Dosen

		Homebase Dosen			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	35	35.0	35.0	35.0
	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah	17	17.0	17.0	52.0
	Fakultas Tarbiyah	31	31.0	31.0	83.0
	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam	11	11.0	11.0	94.0
	Pascasarjana	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa 100 orang responden menjadi sampel dalam penelitian ini. Sebanyak 35 responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 17 responden dari Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, 31 Responden dari Fakultas Tarbiyah, 11 responden dari Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, dan 6 responden dari Pascasarjana. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## 2. Hasil Pengujian Data Instrumen

Tabel 4.6 Jawaban Responden X1

No	Persepsi Kegunaan (X1)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1	Saya merasa menggunakan digital payment memudahkan saya dalam bertransaksi	73 73,0%	24 24,0%	3 3,0%	0 0%	0 0%	470 100,0%
2	Penggunaan aplikasi digital payment akan meningkatkan kinerja pekerjaan saya dalam melakukan aktivitas pembayaran secara efisien	60 60,0%	33 33,0%	6 6,0%	0 0%	1 1,0%	451 100%
3	Penggunaan digital payment menambahkan tingkat	56 56,0%	35 35%	6 6,0%	3 3,0%	0 0%	444 100%

	produktivitas saya karena memudahkan berbagai transaksi tanpa perlu pergi ketempat pembayaran						
4	Penggunaan digital payment membuat pekerjaan saya menjadi lebih efektif dalam mengatur dan melakukan transaksi keuangan	65 65,0%	33 33,0%	0 0%	2 2,0%	0 0%	461 100%
5	Secara keseluruhan saya merasa penggunaan digital payment sangat bermanfaat dalam menunjang aktivitas saya	68 68,0%	28 28,0%	3 3,0%	1 1,0%	0 0%	463 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi jawaban responden untuk Variabel Persepsi Kegunaan (X1) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama terdapat 73 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 24 responden menjawab “Setuju, 3 responden menjawab “Netral”. Total skor pada pernyataan pertama adalah  $(73 \times 5 + (24 \times 4) + (3 \times 3)) = 470$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya

banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena memudahkan dalam bertransaksi.

- b. Pada pernyataan kedua terdapat 60 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 33 responden menjawab “Setuju”, 6 responden menjawab “Netral”, 3 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua adalah  $(60 \times 5) + (33 \times 4) + (6 \times 3) + (1 \times 1) = 451$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena meningkatkan kinerja dalam melakukan aktivitas pembayaran secara efisien.
- c. Pada pernyataan ketiga terdapat 56 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 35 responden menjawab “Setuju”, 3 responden menjawab “Netral”, Total skor pada pernyataan ketiga adalah  $(56 \times 5) + (35 \times 4) + (6 \times 3) + (3 \times 2) = 444$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena memudahkan berbagai transaksi tanpa perlu pergi ketempat pembayaran.
- d. Pada pernyataan keempat terdapat 65 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 33 responden menjawab “Setuju”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”, Total skor pada pernyataan keempat adalah  $(65 \times 5) + (33 \times 4) + (2 \times 2) = 461$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena aplikasi mudah dipelajari saat pertama kali digunakan karena pekerjaan menjadi lebih efektif dalam mengatur dan melakukan transaksi keuangan.
- e. Pada pernyataan kelima terdapat 68 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 28 responden menjawab “Setuju”, 3 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”, Total skor pada pernyataan kelima

adalah  $(68 \times 5) + (28 \times 4) + (3 \times 3) + (1 \times 2) = 463$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena aplikasi mudah dipelajari saat pertama kali digunakan karena sangat bermanfaat dalam menunjang aktivitas.

Tabel 4.7 Jawaban Responden X2

No.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1	Saya menggunakan digital payment karena fitur lengkap dan jelas	52 52,0%	39 39,0%	9 9,0%	0 0%	0 0%	443 100,0%
2	Saya merasa aplikasi digital payment mudah dimengerti oleh setiap pengguna	50 50,0%	41 41,0%	9 9,0%	0 0%	0 0%	441 100%
3	Saya jarang mengalami kesulitan ketika menggunakan aplikasi digital payment	44 44,0%	42 42,0%	12 12,0%	1 1,0%	1 1,0%	427 100%
4	Saya merasa semakin terampil dalam melakukan	46 46,0%	45 45,0%	8 8,0%	1 1,0%	0 0%	436 100%

	transaksi melalui digital payment						
5	Saya menggunakan digital payment karena dapat bertransaksi dimanapun dan kapan pun sesuai kebutuhan	63 63,0%	31 31,0%	5 5,0%	1 1,0%	0 0%	456 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.7 distribusi jawaban responden untuk Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- Pada pernyataan pertama terdapat responden yang menjawab 52 “Sangat Setuju”, 39 responden menjawab “Setuju, 9 responden menjawab “Netral”. Total skor pada pernyataan pertama adalah  $(52 \times 5) + (39 \times 4) + (9 \times 3) = 443$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena karena fitur lengkap dan jelas.
- Pada pernyataan kedua terdapat 50 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 41 responden menjawab “Setuju, 9 responden menjawab “Netral”. Total skor pada pernyataan kedua adalah  $(50 \times 5) + (41 \times 4) + (9 \times 3) = 441$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena mudah dimengerti oleh setiap pengguna.
- Pada pernyataan ketiga terdapat 44 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 42 responden menjawab “Setuju, 12 responden menjawab

“Netral”, 1 responden yang menjawab “Tidak Setuju”, 1 responden yang menjawab “Sangat Tidak Setuju”, Total skor pada pernyataan ketiga adalah  $(44 \times 5) + (42 \times 4) + (12 \times 3) + (1 \times 2) + (1 \times 1) = 427$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena jarang mengalami kesulitan ketika menggunakan aplikasi digital payment.

- d. Pada pernyataan keempat terdapat 46 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 45 responden menjawab “Setuju”, 8 responden menjawab “Tidak Setuju”, 1 responden yang menjawab “Tidak Setuju”, Total skor pada pernyataan keempat adalah  $(46 \times 5) + (45 \times 4) + (8 \times 3) + (1 \times 2) = 436$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena semakin terampil dalam melakukan transaksi melalui digital payment.
- e. Pada pernyataan kelima terdapat 63 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 31 responden menjawab “Setuju”, 5 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”, Total skor pada pernyataan kelima adalah  $(63 \times 5) + (31 \times 4) + (5 \times 3) + (1 \times 2) = 456$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena dapat bertransaksi dimanapun dan kapan pun sesuai kebutuhan.

Tabel 4.8 Jawaban Responden X3

No	Pengaruh Sosial (X3)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1	Saya menggunakan digital payment karena direkomendasikan oleh teman	11 11,0%	24 24,0%	35 35,0%	20 20,0%	10 10,0%	306 100,0%
2	Saya menggunakan digital payment karena orangtua dan salah satu anggota keluarga juga menggunakannya	50 50,0%	41 41,0%	9 9,0%	0 0%	0 0%	441 100%
3	Saya menggunakan digital payment karena lingkungan tempat saya bekerja mendukung penggunaan digital payment	55 55,0%	38 38,0%	5 5,0%	2 2,0%	0 0%	446 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.8 distribusi jawaban responden untuk Variabel Pengaruh Sosial (X3) diperoleh data terdiri dari 3 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama terdapat 11 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 24 responden menjawab “Setuju”, 35 responden menjawab “Netral”. 20 responden menjawab “Tidak Setuju”, 10 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah  $(11 \times 5) + (24 \times 4) + (35 \times 3) + (20 \times 2) + (10 \times 1) = 306$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Netral” artinya banyak responden yang netral bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena direkomendasikan oleh teman.
- b. Pada pernyataan kedua terdapat 50 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 41 responden menjawab “Setuju”, 9 responden menjawab “Netral”. Total skor pada pernyataan kedua adalah  $(50 \times 5) + (41 \times 4) + (9 \times 3) = 441$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena orangtua dan salah satu anggota keluarga juga menggunakannya.
- c. Pada pernyataan ketiga terdapat 55 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 38 responden menjawab “Setuju”, 5 responden menjawab “Netral”. 2 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah  $(55 \times 5) + (38 \times 4) + (5 \times 3) + (2 \times 2) = 446$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka tertarik menggunakan *digital payment* karena lingkungan tempat saya bekerja mendukung penggunaan digital payment.

Tabel 4.9 Jawaban Responden Y

No.	Minat Menggunakan (Y)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1	Saya berminat menggunakan digital payment untuk melakukan transaksi sehari-hari.	55 55,0%	31 31,0%	13 13,0%	1 1,0%	0 0%	440 100,0%
2	Saya akan merekomendasikan penggunaan digital payment kepada teman, keluarga, dan mahasiswa saya.	44 44,0%	39 39,0%	15 15,0%	2 2,0%	0 0%	425 100%
3	Saya merasa puas dan mendapat banyak manfaat dari menggunakan digital payment.	55 55,0%	38 38,0%	12 12,0%	1 1,0%	1 1,0%	466 100%
4	Saya tertarik mencari informasi mengenai digital payment yang akan saya gunakan untuk memastikan keamanannya.	55 55,0%	39 39,0%	5 5,0%	1 1,0%	0 0%	448 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25.

Berdasarkan tabel 4.9 distribusi jawaban responden untuk Variabel Minat Menggunakan (Y) diperoleh data terdiri dari 4 item pernyataan dengan 100 responden. Berikut rinciannya:

- a. Pada pernyataan pertama terdapat 55 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 31 responden menjawab “Setuju”, 13 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah  $(55 \times 5) + (31 \times 4) + (13 \times 3) + (1 \times 2) = 440$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka berminat menggunakan digital payment untuk melakukan transaksi sehari-hari.
- b. Pada pernyataan kedua terdapat 44 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 39 responden menjawab “Setuju”, 15 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua adalah  $(44 \times 5) + (39 \times 4) + (15 \times 3) + (2 \times 2) = 425$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka akan merekomendasikan penggunaan digital payment kepada teman, keluarga, dan mahasiswa saya.
- c. Pada pernyataan ketiga terdapat 55 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 38 responden menjawab “Setuju”, 12 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”, 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah  $(55 \times 5) + (38 \times 4) + (12 \times 3) + (1 \times 2) + (1 \times 1) = 466$ , dimana didominasi dengan pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka
- d. Pada pernyataan keempat terdapat 55 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 39 responden menjawab “Setuju”, 5 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”, Total skor pada pernyataan keempat adalah  $(55 \times 5) + (39 \times 4) + (5 \times 3) + (1 \times 2) = 448$ , dimana didominasi dengan

pernyataan “Sangat Setuju” artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka akan mencari informasi mengenai digital payment yang digunakan untuk memastikan keamanannya

## B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan rangkuman mengenai cirri-ciri setiap variabel penelitian yang meliputi persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan minat menggunakan berdasarkan rata-rata (mean), maksimum, minimum, dan standar deviasi.

Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Persepsi Kegunaan	100	10	25	22.89	2.726	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	100	14	25	22.03	2.841	
Pengaruh Sosial	100	3	15	9.94	2.666	
Minat Menggunakan	100	9	20	17.59	2.483	
Valid N (listwise)	100					

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, menjelaskan bahwa pada penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu variabel X1 (Persepsi Kegunaan), X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), X3 (Pengaruh Sosial) dan variabel Y (Minat Menggunakan). Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden untuk menjawab pernyataan dari variabel X1, X2, X3 dan Y.

#### a. Persepsi Kegunaan (X1)

Berdasarkan tabel diatas nilai minimum variabel X1 yaitu 10, nilai maksimum yaitu 25 dan nilai rata-rata (mean) adalah 22.89. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 2.726 dari nilai rata-rata jawaban responden.

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Berdasarkan tabel diatas nilai minimum variabel X2 yaitu 14, nilai maksimum yaitu 25 dan nilai rata-rata (mean) adalah 22.03. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 2.841 dari nilai rata-rata jawaban responden.

c. Pengaruh Sosial (X3)

Berdasarkan tabel diatas nilai minimum variabel X3 yaitu 3, nilai maksimum yaitu 15 dan nilai rata-rata (mean) adalah 9.94. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 2.666 dari nilai rata-rata jawaban responden

d. Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel diatas nilai minimum variabel Y yaitu 9, nilai maksimum yaitu 20 dan nilai rata-rata (mean) adalah 17.59. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 2.483 dari nilai rata-rata jawaban responden.

## 2. Uji Validitas

Kriteria daftar pernyataan dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.11 Tabel Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Persepsi Kegunaan (X1)</b>	1	0,863	0,195	Valid
	2	0,851	0,195	Valid
	3	0,827	0,195	Valid
	4	0,910	0,195	Valid
	5	0,862	0,195	Valid
<b>Persepsi Kemudahan</b>	1	0.861	0,195	Valid
	2	0.876	0,195	Valid

<b>Penggunaan (X2)</b>	3	0,775	0,195	Valid
	4	0,838	0,195	Valid
	5	0,823	0,195	Valid
<b>Pengaruh Sosial (X3)</b>	1	0,895	0,195	Valid
	2	0,869	0,195	Valid
	3	0,646	0,195	Valid
<b>Minat Menggunakan (Y)</b>	1	0,889	0,195	Valid
	2	0,915	0,195	Valid
	3	0,881	0,195	Valid
	4	0,763	0,195	Valid

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Dari Tabel 4.11 diatas menunjukkan semua item pernyataan variabel X dan Y memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan minat menggunakan layak digunakan sebagai instrument penelitian.

### 3. Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internak dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 4.12 Tabel Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan (X1)	0,907	0,60	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,887	0,60	Reliabel
3	Pengaruh Sosial (X3)	0,737	0,60	Reliabel
4	Minat Menggunakan (Y)	0,886	0,60	Reliabel

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel X1= 0,907, variabel X2=0,887, variabel X3=0,737, dan variabel Y=0,886 dimana secara keseluruhan nilai tersebut lebih besar dari nilai *cronbach alpa* 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument variabel X dan Variabel Y dalam penelitian ini reliabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas adalah uji prasyarat yang dilakukan sebelum analisis lebih lanjut terhadap data yang ada.

## a. Uji Normalitas

### 1) Uji *Kolmogorov-Smirnov*

Tabel 4.13 Tabel Uji *Kolmogorov-Smirnov*

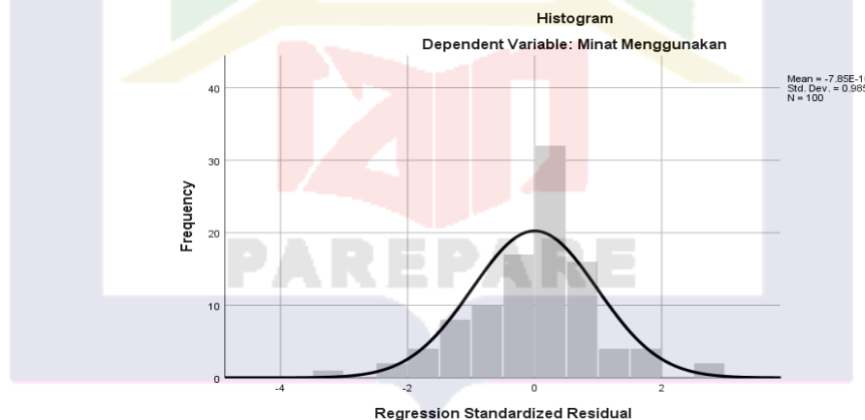
M	Unstandardized Residual	
N	100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,82834190
	Absolute	0,063
	Positive	0,060
	Negative	-0,063
Test Statistic	0,063	
<i>Asymp.Sig. (2-tailed)</i>	0,013 <sup>c,d</sup>	

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.13 Hasil uji *kolmogorov-smirnov* didapatkan nilai  $0,013 > 0,05$  sehingga ditarik kesimpulan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

### 2) Uji Histogram

Gambar 4.14 Tabel Uji Histogram



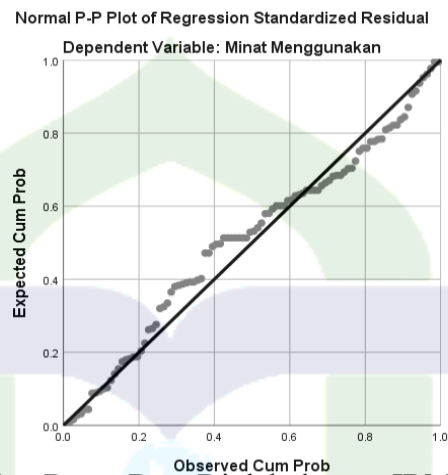
Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.14 Hasil uji histogram diatas menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kanan dan ke

kiri, tetapi tepat ditengah seperti bentuk lonceng sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

### 3) Uji Grafik P-Plot

Gambar 4.14 Uji Grafik P-Plot



Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan gambar 4.14 Hasil uji grafik P-Plot diatas dapat dilihat titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

#### b. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.15 Tabel Uji Multikolonieritas

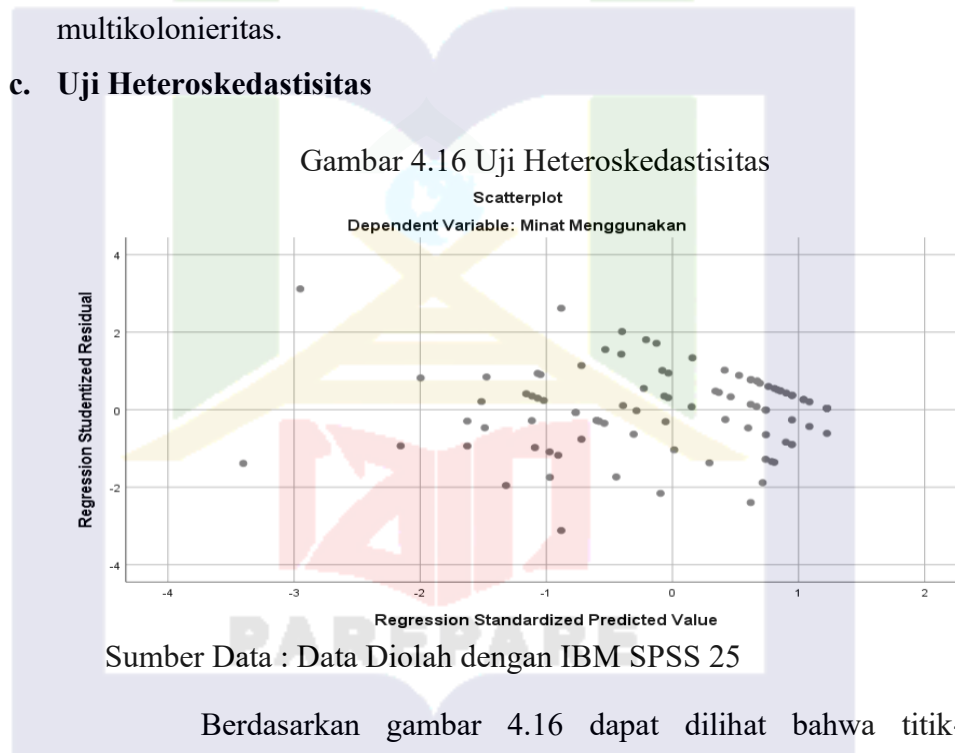
Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-.325	1.530			-.212	.832		
Persepsi Kegunaan	.398	.074	.437		5.380	.000	.629	1.589
Persepsi kemudahan Penggunaan	.359	.071	.411		5.058	.000	.629	1.590
Pengaruh Sosial	.089	.060	.095		1.474	.144	.992	1.008

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.15 Dapat dilihat bahwa:

- 1) Nilai VIF Variabel Persepsi Kegunaan (X1) adalah  $1,589 < 10$  dan nilai tolerance  $0,629 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.
  - 2) Nilai VIF Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) adalah  $1,590 < 10$  dan nilai tolerance  $0,629 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.
  - 3) Nilai VIF Variabel Pengaruh Sosial (X3) adalah  $1,008 < 10$  dan nilai tolerance  $0,992 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.
- Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel X diatas tidak terjadi multikolonieritas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.16 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diseluruh bagian graik, sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 5. Uji Regresi Linear berganda

Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear berganda

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	366,683	3	122,228	48,187	0,000 <sup>b</sup>
Residual	243,507	96	2,537		
Total	610,190	99			

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Pada tabel 4.17 diketahui nilai F hitung 48,187 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi adanya pengaruh Variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Pengaruh Sosial (X3) terhadap Variabel Minat Menggunakan (Y).

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear berganda

No	Model	Unstandardized Coefficients		Standarized Koefisien	T	Sig
		B	Standar Error	Beta		
1	Konstanta	-0,325	1,530		-0,212	0,832
2	Persepsi Kegunaan	0,398	0,074	0,437	5,380	0,000
3	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,359	0,071	0,411	5,058	0,000
4	Pengaruh Sosial	0,089	0,060	0,095	1,474	0,144

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.18 didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$$Y = -0,325 + 0,398X_1 + 0,359X_2 + 0,089X_3$$

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang negatif yaitu -0,325, angka tersebut menunjukkan apabila X1 (Persepsi Kegunaan), X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan), dan X3 (Pengaruh Sosial) sama dengan 0, maka minat menggunakan sebesar -0,325.
- b. Persepsi kegunaan (X1) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,398. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada persepsi kegunaan sebesar 1% maka minat menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel penggalanya 0,398 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- c. Persepsi kemudahan penggunaan (X2) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,359. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada persepsi kemudahan penggunaan sebesar 1% maka minat menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel penggalanya 0,359 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan .
- d. Pengaruh sosial (X3) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,089. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada pengaruh sosial sebesar 1% maka minat menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,089 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

Hasil diatas, didapatkan nilai koefisien regresi yang paling dominan adalah pada nilai koefisien regresi persepsi kegunaan, artinya kontribusi terbesar dalam mempengaruhi minat menggunakan *digital payment* adalah pada persepsi kegunaan.

### C. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah menguji dan membuktikan jawaban sementara atau hipotesis penelitian terhadap masalah yang masih bersifat praduga. Didalam penelitian ini terdapat 8 hipotesis dimana hipotesis  $H_0$  berarti hipotesis ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan hipotesis  $H_a$  berarti hipotesis diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

#### 1) Uji Statistik T (Parsial)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig  $< 0,05$  atau t hitung  $> t$  tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai sig  $> 0,05$  atau t hitung  $< t$  tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai t tabel dengan rumus:

$$t \text{ tabel} = (a/2 : n-k-1)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

Nilai t tabel =  $(0,05/2 : 100-3-1)$

$$= 0,025 : 96$$

Nilai t tabel = 1,98397 yang dilihat pada tabel nilai t tabel.

Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik T ( Parsial)

No	Model	Unstandardized Coefficients		Standarized Koefisien	T	Sig
		B	Standar Error	Beta		
1	Konstanta	-0,325	1,530		-0,212	0,832
2	Persepsi Kegunaan	0,398	0,074	0,437	5,380	0,000
3	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,359	0,071	0,411	5,058	0,000
4	Pengaruh Sosial	0,089	0,060	0,095	1,474	0,144

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4.19 maka pengujian hipotesis untuk variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Pengaruh Sosial (X3) adalah:

1) Pengujian hipotesis pertama (H<sub>1</sub>)

H<sub>1</sub>: Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Diketahui nilai signifikansi X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,380 >$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) *Digital Payment* pada Dosen di IAIN Parepare.

2) Pengujian hipotesis kedua (H<sub>2</sub>)

H<sub>2</sub>: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Diketahui nilai signifikansi X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,058 >$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

(X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) *Digital Payment* pada Dosen di IAIN Parepare.

3) Pengujian hipotesis ketiga ( $H_3$ )

$H_3$ : Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Diketahui nilai signifikansi  $X_3$  terhadap Y adalah sebesar  $0,144 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,474 <$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Pengaruh Sosial ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) *Digital Payment* pada Dosen di IAIN Parepare.

2) Uji Statistik F (Simltan)

Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$ , atau F hitung  $>$  F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$ , atau F hitung  $<$  F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai F tabel dengan rumus :

$$F \text{ tabel} = (k ; n-k)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

Nilai F tabel = (3 ; 100-3)

= (3 ; 97)

Nilai F tabel = 2,696 pada tabel nilai F tabel.

Tabel 4.20 Hasil Uji Statistik F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	366,683	3	122,228	48,187	0,000 <sup>b</sup>
Residual	243,507	96	2,537		
Total	610,190	99			

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Peguajian hipotesis keempat (H<sub>4</sub>)

H<sub>4</sub>: Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

Berdasarkan output pada tabel 4.14 Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $48,187 > F$  tabel  $2,696$  yang berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>4</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Kegunaan (X<sub>1</sub>), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>), dan Pengaruh Sosial (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*.

### 3) Hasil Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)

Nilai R<sup>2</sup> memiliki interval antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar R<sup>2</sup> mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil yang diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut.

Tabel 4.21 Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	0,775 <sup>a</sup>	0,601	0,588	1,59265

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R Square 0,601 atau 60,1%. Artinya bahwa minat menggunakan dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial sebesar 60,1% sedangkan sisanya sebesar (100% - 60,1%) 39,9% minat menggunakan *digital payment* Dosen IAIN Parepare dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

### 1. Analisis Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif adalah ukuran kontribusi suatu variabel prediktor atau independen terhadap variabel kriterium atau dependen dalam analisis regresi. Jumlah dari sumbangan efektif seluruh variabel bebas sama dengan jumlah nilai pada koefisien determinasi atau R Square (R2).

Tabel 4.22 Uji Sumbang Efektif

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Korelasi	R Square
X1	0,437	0,695	60,1%
X2	0,411	0,685	60,1%
X3	0,095	0,163	60,1%

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Rumus Sumbangan Efektif :

$$SE(X)\% = BETA_x \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

Tabel 4.23 Hasil Analisis Sumbangan Efektif

Sumbangan Efektif	Nilai
X1	30,37%
X2	28,15%
X3	1,54%

Sumber Data : Data Diolah dengan IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa sumbangan efektif (SE) variabel Persepsi Kegunaan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar 30,37%, sumbangan efektif (SE) variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar 28,15%, sumbangan efektif (SE) variabel Pengaruh Sosial (X3) terhadap Minat Menggunakan (Y) sebesar 1,54%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan (X1) memiliki pengaruh lebih dominan terhadap variabel Minat Menggunakan (Y) dari pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dan Variabel Pengaruh Sosial (X3). Untuk total SE adalah sebesar 60,06 % atau sama dengan koefisien determinasi (R Square ) analisis regresi yakni 60,06%.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa:

##### 1. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi variabel Persepsi Kegunaan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y) Pembayaran Digital adalah  $0,000 < \text{tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu } 0,05$ . Selain itu, nilai t hitung sebesar  $5,380 > \text{nilai t tabel sebesar } 1,983$ . Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan pembayaran digital di kalangan Dosen di IAIN Parepare. Semakin individu merasa bahwa teknologi berguna dan dapat membantu dalam menyelesaikan tugas dan tujuan mereka, maka semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Davis, Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* menyatakan bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu konstruk utama yang secara langsung mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi berdasarkan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja atau efektivitas aktivitasnya.<sup>103</sup> Pembayaran digital dipandang sebagai teknologi yang memberikan nilai tambah karena dapat meminimalkan penggunaan transaksi tunai, mempercepat proses pembayaran, dan meningkatkan fleksibilitas saat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Hal ini menjadikan kemudahan penggunaan sebagai faktor dominan yang mendorong minat pengguna terhadap pembayaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nurul Hidayah yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan

---

<sup>103</sup> Fred D. Davis, (1989).

signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BNI *Mobile Banking*.<sup>104</sup> Dan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid Iffat, persepsi Kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik.<sup>105</sup>

Penggunaan *digital payment* dikalangan dosen tidak hanya dilihat sebagai bentuk implementasi teknologi, tetapi juga sebagai sarana untuk memberikan kemudahan dan efisiensi dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Jadwal kegiatan dosen yang padat mencakup pengajaran, penelitian, pengabdian masyarakat, dan berbagai kegiatan sehari-hari lainnya yang berkaitan dengan transaksi online seperti pembayaran baik pembelian pulsa, data, pembayaran tagihan yang meliputi pembayaran listrik, air internet dan pembayaran online (*e-commerce*). Hal tersebut berhubungan dengan sistem transaksi yang praktis, cepat, dan fleksibel. Oleh karena itu, ketika dosen menyadari bahwa pembayaran digital dapat memberikan manfaat nyata dalam pengelolaan transaksi keuangan dan menghemat waktu, minat untuk menggunakan teknologi tersebut cenderung meningkat.

Penggunaan teknologi tidak hanya relevan secara empiris tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Islam yang menekankan prinsip kemanfaatan (masalah) dalam setiap aktivitas muamalah. Konsep persepsi kegunaan dalam penelitian ini sejalan dengan prinsip tersebut, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 185:

---

<sup>104</sup> Nurul Hidayah, “Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI *Mobile Banking* Pada BNI *KK Antang*”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024)

<sup>105</sup> Muhammad Farid Iffat, “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan dompet elektronik Di Kota Medan”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2022).

وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

Terjemahannya :

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.”<sup>106</sup>

Ayat ini menegaskan bahwa Islam mendorong penggunaan sarana dan sistem yang memberikan kemudahan dan menghindarkan kesulitan, termasuk dalam aktivitas transaksi keuangan. Digital payment, yang dipersepsikan dosen sebagai alat yang mempermudah dan mempercepat transaksi, selaras dengan nilai kemudahan yang dianjurkan dalam Islam.

## 2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat menggunakan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,058 >$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) *digital payment* pada Dosen di IAIN Parepare. Jika individu merasa teknologi mudah digunakan, maka mereka cenderung memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Davis, Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat sejauh mana individu meyakini bahwa *digital payment* mudah dipahami, mudah dioperasikan, serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam proses

<sup>106</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, 2023. Q.S. Al-Baqarah:185.

penggunaannya. Dimana ketika teknologi dianggap mudah digunakan, maka minat menggunakan juga akan meningkat.<sup>107</sup>

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tiara Khairunisa Dwi Fortuna, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet shopeepay* pada generasi Z.<sup>108</sup> Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah layanan *fintech e-wallet shopeepay* digunakan dalam bertransaksi, maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* juga akan meningkat. Hal ini disebabkan karena sebagai pengguna mereka merasa adanya kemudahan dari penggunaan *digital payment* seperti mudah untuk dipahami, mudah untuk digunakan pada saat melakukan transaksi, fleksibel serta praktis dalam penggunaannya.

Persepsi tentang kemudahan penggunaan juga berperan dalam membentuk sikap positif terhadap teknologi. Dari hasil jawaban responden pada pengisian kuisioner menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat setuju terkait pernyataan bahwa mereka jarang mengalami kesulitan ketika menggunakan *digital payment* dan fitur pada aplikasi mudah dimengerti. Dosen yang merasa bahwa pembayaran digital tidak sulit digunakan dan tidak memerlukan pembelajaran yang kompleks lebih terbuka untuk mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam transaksi harian mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga mempengaruhi kenyamanan dan kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi.

---

<sup>107</sup> Titi Sugiarti, "Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*", (Jawa Barat: Cv. Adu Abimata), h.13.

<sup>108</sup> Tiara Khairunisa Dwi Fortuna, "Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan *fintech e-wallet shopeepay* pada generasi Z di Kabupaten Sleman", (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2023).

### 3. Pengaruh Sosial Terhadap Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi variabel Pengaruh Sosial (X3) terhadap Minat Menggunakan (Y) adalah sebesar  $0,144 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,474 <$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh sosial (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan (Y) *digital payment* pada Dosen di IAIN Parepare.

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa minat Dosen dalam menggunakan pembayaran digital tidak terutama dipengaruhi oleh tekanan sosial atau dorongan dari rekan sejawat, lingkungan kerja, dan anggota keluarga. Dengan kata lain, keputusan dosen untuk menggunakan pembayaran digital lebih bersifat pribadi dan rasional, daripada didorong oleh faktor-faktor disekitar mereka. Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik dosen sebagai kelompok profesional yang memiliki kemandirian dalam pengambilan keputusan. Dosen cenderung mengevaluasi manfaat dan kemudahan suatu teknologi berdasarkan kebutuhan pribadi dan efisiensi kerja mereka, bukan hanya karena pengaruh dari orang lain. Oleh karena itu, faktor ini tidak secara signifikan menentukan minat untuk menggunakannya.

Pernyataan diatas didukung oleh teori yang dijabarkan oleh hananni dalam penelitiannya bahwa dosen termasuk dalam kelompok profesional yang didasarkan pada prinsip ilmu pengetahuan dibidang tertentu yang diperoleh melalui proses pendidikan formal, Oleh karena itu setiap keputusan yang dibuatnya atau setiap tindakan yang dilakukannya berdasarkan atas pengalaman yang diperoleh dari pengamatan maupun pengalaman langsung dengan objek.<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup> Hannani, “*Persepsi kaum profesional dan implementasi pemberdayaan zakat profesi di Kota Parepare*”, (Thesis: UIN Alauddin Makassar, 2016)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Pramudea Sari, pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku dalam penggunaan sistem pembayaran digital, dimana orang-orang sekitar tidak mempengaruhi dan memotivasi pengguna untuk meningkatkan niat pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran digital dalam proses transaksi.<sup>110</sup> Musmulyadi *et al* juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa guru cenderung memilih produk sebagai hasil dari pertimbangan pilihan pribadi dan pada pengalaman positif, kepercayaan terhadap produk serta kebutuhan akan layanan tanpa terlalu dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti rekomendasi pihak lain.<sup>111</sup>

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sri Ayem, faktor utama yang mendorong seseorang dalam menggunakan suatu teknologi ketika mereka yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat yang diinginkan, maka ia akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. pengaruh sosial belum terlalu berpengaruh terhadap minat menggunakan *digital payment* karena hal tersebut masih menjadi pertimbangan, dimana banyak individu yang lebih mengutamakan manfaat nyata kegunaan dari *digital payment* sehingga mereka tergerak secara individu untuk melakukan adopsi *digital payment*. Sehingga faktor sosial belum terlalu berpengaruh terhadap minat menggunakan *digital payment*.<sup>112</sup>

---

<sup>110</sup> Cindy Pramudea Sari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Transaksi Pembayaran Digital”, (Skripsi:Universitas Islam Indonesia,2023).

<sup>111</sup> Darmawati *et al*, “Respon guru SMA Negeri Parepare terhadap produk Bank Syariah Indonesia Cabang Parepare”, (Jesya: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah, 7.2, 2024).

<sup>112</sup> Sri Ayem *et al*, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Terhadap Penggunaan Digital Payment: Systematic Literature Review*, Jurnal Pendidikan Ekonomi: 12.2, 2024.

#### 4. Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial Secara Simultan Terhadap Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment.

Berdasarkan hasil uji F atau uji simultan diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $48,187 > F$  tabel  $2,696$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Pengaruh Sosial (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *Digital Payment*. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun pengaruh sosial mungkin tidak memiliki pengaruh parsial terhadap minat, ketika digabungkan dengan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, keseluruhan menunjukkan pengaruh yang cukup besar pada variabel minat menggunakan yaitu sebesar 60,1 % dan sisanya sebesar 39,9 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Temuan penelitian ini memberikan gambaran bahwa minat Dosen dalam menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi pembayaran non-tunai bukanlah hasil dari pengaruh satu faktor saja, melainkan merupakan kontribusi dari beberapa faktor. Dalam penelitian ini, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *digital payment*. Individu yang merasa teknologi berguna dan mudah digunakan, maka mereka cenderung memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Sejalan dengan teori davis bahwa konstruk utama dalam menentukan minat dipengaruhi persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kemudian menambahkan variabel baru yang menggabungkan sikap dan norma subjektif menjadi satu variabel yaitu *social influence* yang menekankan pada

pengaruh sosial dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi.

Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Tristama Vinatan yang menyatakan bahwa semua variabel independen yaitu Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat menggunakan media sosial secara simultan.



## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh Faktor Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan *Digital Payment*. Maka ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari uji T didapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,380 >$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) *digital payment* pada Dosen di IAIN Parepare.
2. Berdasarkan hasil dari uji T didapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,058 >$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) *digital payment* pada Dosen di IAIN Parepare
3. Berdasarkan hasil dari uji T didapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,144 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,474 <$  nilai t tabel  $1,983$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh sosial (X3) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) *digital payment* pada Dosen di IAIN Parepare.

4. Berdasarkan hasil dari uji F didapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $48,187 > F$  tabel  $2,696$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan pengaruh sosial (X3) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat Dosen IAIN Parepare menggunakan *digital payment*.

## B. Saran

### 1. Bagi Penyedia Layanan *Digital Payment*

Variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebagian dari faktor yang memengaruhi minat dosen dalam menggunakan *digital payment*. Oleh karena itu, penyedia jasa *digital payment* diharapkan dapat lebih memperhatikan kebutuhan pengguna, mengingat setiap pengguna memiliki kebiasaan dan tingkat penerimaan teknologi yang berbeda. Penyedia jasa juga diharapkan mampu menghadirkan layanan yang mudah digunakan, memiliki fitur yang sederhana, serta memberikan manfaat nyata dalam mendukung efisiensi transaksi. Selain itu, aspek keamanan dan keandalan sistem perlu terus ditingkatkan agar pengguna merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi. Dengan peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan, diharapkan minat dosen dalam menggunakan *digital payment* dapat terus meningkat.

### 2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti kepercayaan, risiko, keamanan, atau kondisi fasilitas pendukung. Hal ini penting agar

penelitian mengenai minat penggunaan *digital payment* dapat berkembang dan memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang berbeda juga diharapkan dapat memperkaya hasil dan temuan penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al-karim*

Addury, Multazam Mansyur, et al., *Technology Acceptance Model Analysis on the Student Intention for Islamic Philantropy in Yogyakarta*, DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum: 20.1, (2022).

Amelia, et al., *Ekonomi Berkelanjutan Bagi Sociopreneur: Penggunaan Acceptance Of Technology Innovation Model Dalam Meningkatkan Penggunaan Digital Marketing Dalam Masyarakat*, Malang: Cv. Literasi Nusantara Abadi, 2022.

Anggraini, Lailla, et al., 2023, Pengaruh literasi, persepsi kegunaan, dan kemudahan penggunaan pada minat pengguna quick response code (Qris) dalam transaksi keuangan (Studi kasus pada mahasiswa feb Unisma Tahun 2019), Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi.

Anjarwati, Sri, et al., *Literasi Digital Bisnis, Cendikia Mulia Mandiri*, 2024.

Ayustia, Rissa Ayustia, et al., *Literasi Keuangan dan Adopsi Financial Technology untuk Usaha Kecil dan Menengah di Daerah Perbatasan, Jawa Barat*: Cv. Mega Press Nusantara, 2023.

Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Dgital, *Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI)*, 2024.

Budiatin, Ekalia Ambor, 2021, Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan e-filling di Kota Madiun (Studi kasus di KPP Pratama Madiun), JRMA.

Darmawan, Deni. "*Metode Penelitian Kuantitatif*", Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013.

Darmawan, Muhammaf Rashif, 2022, Pengaruh sosial, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan metode pembayaran cashless pada transaksi pembayaran di hotel, Skripsi: Universitas Islam Indonesia.

Darmawati et al., "*Respon guru SMA Negeri Parepare terhadap produk Bank Syariah Indonesia Cabang Parepare*, (Jesya: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah, 7.2, 2024).

- Davis, F. D. 1989, *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*, *Mis Quarterly*.
- Dewi, Rini Sukma Dewi, 2023, “*Pengaruh faktor kemudahan, keamanan, dan sosial terhadap minat menggunakan uang elektronik (e-money) pada aplikasi ovo dengan variabel moderasi gender (studi empiris pada mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomi UII)*”, Skripsi Sarjana; Universitas Islam Indonesia.
- Djunaid, Ilfira Fadila, 2025, *Persepsi kemudahan, kegunaan dan keamanan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital service (studi pada PT. Pegadaian Syariah)*, Skripsi: Universitas Ivet Semarang.
- Faradiba, Besse, et al. 2024, *Analysis of the Efficiency of Use and Risk of Interest in Sharia Digital Transactions Gen Z in Parepare City*, *ICCEIS*.
- Fatrin, Shilfa Azzahra, 2024, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada UMKM Di Yogyakarta*”, Skripsi: Universitas Islam Indonesia.
- Fikri, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: PT. Penamuda Media, 2024.
- Firmansyah, F., & Ihsan Dacholfany, *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam*, 2018.
- Fortuna, Khairunisa Dwi, 2023, *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet shopeepay pada generasi Z Di Kabupaten Sleman*, Skripsi: Universitas Islam Indonesia.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Hartono, Jogiyanto, *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Hartono, Jogiyanto, *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset Ke Depan*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- Harjo, Budi, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Statistik Untuk Pemula*, Yogyakarta: Nuta Media, 2020.
- Hannani, 2016 “*Persepsi kaum profesional dan implementasi pemberdayaan zakat profesi di Kota Parepare*”, Thesis: UIN Alauddin Makassar.
- Hidayah, Nurul, 2024, *Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BNI Mobile Banking Pada BNI KK Antang*, Skripsi:

Universitas Muhammadiyah Makassar.

Hinati, Hibatillah, 2019, *Pengaruh sosial, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah dimasyarakat DKI Jakarta*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

IAIN Parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, ed. Andi Nurindah Sari, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2023.

Iffat, Muhammad Farid, 2022, *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat masyarakat menggunakan dompet elektronik Di Kota Medan*, Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2022.

Indrawan, Ruly, et al., *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2014.

Irsyad, Miftah Irsyad, et al, 2023, *Pengaruh Perceived Usefulness, perceived Ease Of Use, Perceived Security dan Social Influence Terhadap Continuance Intention*, Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen.

Kasmir, *Kewirausahaan-Edisi Revisi*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018.

Kotler, Philip dan Kevin Line Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terj. Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga, 2012.

Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016.

Marey, Dian Ramadhani Elyosha dan Edi Purwanto, *Technology Adoption A Conceptual Framework*, Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020.

Milla, Mirra Noor, *Psikologi Sosial*, Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2013.

Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, Malang: Intimedia, 2012.

Navri, Muhammad Rusydi et al, 2024, *Effectiveness of Using The Indonesia Standard Quick Response Code (Qris) to Ease Transactions at Paddy's Market*, IJHESS: International Journal of Health Economics, and Social Sciences.

Novitasari, Anggi, 2020, *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan mobile banking syariah mandiri (Studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

- Novitasari, Elsie Yustiana, 2024 “Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi uang elektronik Dana pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta”, Skripsi: Universitas Kristen Duta Wacana.
- Novita, Rizki Arum Nur, 2025, *Analisis faktor yang mempengaruhi minat pengguna pada aplikasi flip menggunakan metode tam*, Skripsi: Universitas Ivet Semarang.
- Priyanto, Duwi, “*Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*”, Yogyakarta : Andi, 2012.
- Sapiri, Muhtar, *Aplikasi Stockbit; Penggunaan Pendekatan Delone & Mclean Dalam Transaksi Saham*, Nas Media Pustaka, 2024.
- Siregar, Sofyan. *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Sartika, Dewi, et al., *Ekonomi Digital*, ed. Muhammad Yusup, Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Sarwono Jonathan, “*Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*”, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012.
- Saskia, Hilda, 2024, *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech Lending (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pascasakti Tegal Penggunaan Paylater*, Skripsi: Universitas Pascasakti Tegal.
- Silaen, Desy Rahayu, 2020, Pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi manfaat penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan metode pembayaran cashless (Studi kasus pada mahasiswa di Yogyakarta”), Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik, "*Dasar Metodologi Penelitian*", Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Slameto, B. *Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sugiarti, Titi, *Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Jawa Barat: Cv. Adanu Abimata, 2023.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet-19, Bandung: Alfabeta, 2013.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suyanto, “*Mengenal Dompot Digital Di Indonesia*”, Serang: Cv. AA. Rizky, 2023.
- Tirtayasa, Satria, et al., ”Manajemen Pemasaran Dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Listrik”, Medan: Umsu Press, 2005.
- Uyun, Muhamad dan Baquandi Lutvi Yoseanto, “*Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*”, Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Venkatesh, Viswanath., & Fred D. Davis, 2000. *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management science*.
- Venkatesh, Viswanath dan Fred D. David, 2003, *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*, MIS Quarterly.
- Vinatan, Tristama, 2023, Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan media sosial pada mahasiswa fakultas bisnis dan akuntansi di Universitas Katolik Musi Charista, Jurnal Manajemen.
- Wati, S. E. P. 2020. *Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Wibowo, Sastya Hendri, *Teknologi digital di era modern*. Sumatra Barat: Global Eksekutif Teknologi., 2023.
- Wicaksono, Soetam Rizky, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: Cv. Seribu Bintang, 2022.
- Yulastri, Ganefri, et. al., *Digital Entrepreneurship: Digital Technology For Sustainable Entrepreneurship*, Padang: Cv. Berkah Prima, 2022.
- Zakiyyah, Afifah, 2020, Pengaruh Persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan go-pay, Skripsi: Universitas Islam Indonesia.



## Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
NOMOR : B-5918/n.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
  - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahkan tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
  - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
  - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
  - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
  - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
  - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
  - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
  - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2025, tanggal 02 Desember 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
  - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan
- Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
  - Menunjuk saudara: **Umaima, M.E.I**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :  
Nama Mahasiswa : AUDHINA REGHIA PUTRI  
NIM : 2020203860202012  
Program Studi : Ekonomi Syariah ( Ekonomi Islam )  
Judul Penelitian : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DOSEN IAIN PAREPARE MENGGUNAKAN DIGITAL PAYMENT
  - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
  - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
  - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare  
Pada tanggal 09 Desember 2025  
Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

## Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-5877/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2025 08 Desember 2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di  
KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: AUDHINA REGHIA PUTRI
Tempat/Tgl. Lahir	: BALIKPAPAN, 27 Maret 2001
NIM	: 2020203860202012
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah ( Ekonomi Islam )
Semester	: XI (Sebelas)
Alamat	: JL. MATTIROTASI NO.35, KELURAHAN LABUKKANG, KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DOSEN IAIN PAREPARE MENGGUNAKAN DIGITAL PAYMENT**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 09 Desember 2025 sampai dengan tanggal 09 Januari 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

## Surat Rekomendasi Penelitian

SRN IP0000915



**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111. Email : dpmpstp@pareparekota.go.id*

---

**IZIN PENELITIAN**  
**Nomor : 915/IP/DPM-PTSP/12/2025**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**M E N G I Z I N K A N**

KEPADA  
 NAMA : **AUDHINA REGHIA PUTRI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. MATTIROTASI NO. 35, PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT DOSEN IAIN PAREPARE MENGGUNAKAN DIGITAL PAYMENT**

LOKASI PENELITIAN : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **11 Desember 2025 s.d 08 Januari 2026**

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **15 Desember 2025**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 KOTA PAREPARE**

  
**Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**  
 Pembina Tk. 1 (IV/b)  
 NIP. 19741013 200604 2 019

**Biaya : Rp. 0.00**

■ UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah disandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai  
Sertifikasi  
Elektronik



## Surat Selesai Meneliti



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

**SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI**

Nomor: B-35/n.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

Nama : Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP : 197102082001122002  
Pangkat / Golongan : Pembina Utama Muda / IV c  
Jabatan : Dekan  
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Parepare

menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : AUDHINA REGHIA PUTRI  
NIM : 2020203860202012  
Alamat : JLN.MATTIROTASI NO.35, KELURAHAN LABUKKANG,  
KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah ( Ekonomi Islam )  
Semester : XI (Sebelas)  
Tahun Akademik : 2025-2026

Benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada IAIN Parepare.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 08 Januari 2026

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

## Hasil Turnitin

Skripsi Audhina Reghia Putri.docx			
ORIGINALITY REPORT			
<b>22%</b>	<b>21%</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.iainpare.ac.id Internet Source		14%
2	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source		1%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		1%
4	Submitted to Perguruan Tinggi Pelita Bangsa Student Paper		1%
5	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper		1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source		<1%
7	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source		<1%
8	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source		<1%
9	repository.ub.ac.id Internet Source		<1%
10	Submitted to Universitas Nasional Student Paper		<1%
11	repository.uinjambi.ac.id Internet Source		<1%
12	eprints.walisongo.ac.id Internet Source		<1%
13	Azzahra Kinanti, Rosidi, Noffiyanti. "Effectiveness of Group Counseling Through		<1%

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA<sup>99</sup>          INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE          FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p>Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
	<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN</p>

Nama Mahasiswa : Audhina Reghia Putri  
 Nim : 2020203860202012  
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dosen  
 IAIN Menggunakan *Digital Payment*

#### PEDOMAN KUOSIONER

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama Lengkap :
- Jenis kelamin :  
 Laki-laki  Perempuan
- Pendidikan :  
 S1  S2  S3
- Usia :  
 15-30  31-40  > 40
- Jenis Digital Payment yang Digunakan :  
 Dana  M-Banking
- Homebase dosen  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Fakultas Tarbiyah

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam

## II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada kolom yang Bapak/Ibu pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut :

**5 = Sangat Setuju (SS)**

**4 = Setuju (S)**

**3 = Netral (N)**

**2 = Tidak Setuju (TS)**

**1 = Sangat Tidak Setuju (STS)**

## III. Daftar Pernyataan

No	Persepsi Kegunaan (X1)	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa menggunakan aplikasi <i>digital payment</i> memudahkan saya dalam bertransaksi.					
2.	Penggunaan aplikasi <i>digital payment</i> akan meningkatkan kinerja pekerjaan saya dalam melakukan aktivitas atau pembayaran secara efisien.					
3.	Penggunaan <i>digital payment</i> menambah tingkat produktivitas saya karena memudahkan berbagai transaksi tanpa perlu pergi ketempat					

	pembayaran.					
4.	Penggunaan <i>digital payment</i> dapat meningkatkan efektivitas saya dalam menyelesaikan transaksi.					
5.	Secara keseluruhan saya merasa penggunaan aplikasi <i>digital payment</i> sangat bermanfaat dalam menunjang aktivitas saya.					

No	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa aplikasi <i>digital payment</i> mudah dipelajari saat pertama kali digunakan karena fitur lengkap dan jelas.					
2.	Saya merasa fitur pada aplikasi <i>digital payment</i> mudah dimengerti oleh setiap pengguna.					
3	Saya jarang mengalami kesulitan teknis ketika menggunakan aplikasi <i>digital payment</i> .					
4	Saya merasa semakin terampil dalam melakukan berbagai transaksi melalui <i>digital payment</i> .					
5	Saya dapat menggunakan aplikasi <i>digital payment</i> kapan saja sesuai kebutuhan.					

No	Pengaruh Sosial (X3)	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena rekomendasi dari teman.					
2.	Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena orang tua dan salah satu anggota keluarga juga menggunakannya.					
3.	Saya menggunakan <i>digital payment</i> karena lingkungan tempat saya bekerja mendukung penggunaan <i>digital payment</i> .					

No	Minat Menggunakan (Y)	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menggunakan <i>digital payment</i> untuk melakukan transaksi sehari-hari.					
2	Saya akan merekomendasikan penggunaan <i>digital payment</i> kepada teman dan keluarga.					
3	Saya merasa puas dan mendapat banyak manfaat dari menggunakan <i>digital payment</i> .					
4	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai <i>digital payment</i> yang akan saya gunakan untuk memastikan keamanannya					

**Data Hasil Observasi**

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Digital Payment</b>	<b>Transaksi Yang Biasa Digunakan</b>
1	Adhitia Pahlawan Putra	E-Wallet	Tunai
2	Trian Fisman Adisaputra	M-Banking	Tunai
3	Andi Nur Indah	E-Wallet	Non-Tunai
4	Dika Tripitasari	M-Banking	Tunai
5	Indrayani	M-Banking	Tunai
6	Sri Wahyuni Nur	E-Wallet	Non-Tunai
7	Sudirman L.	M-Banking	Tunai
8	Rismala	E-Wallet	Tunai
9	Ira Sahara	M-Banking	Tunai
10	Rini Purnamasari	E-Wallet	Non-Tunai
11	Darwis	M-Banking	Tunai
12	Ida Ilmiah Murasidin	E-Wallet	Non-Tunai
13	Yasin Soemena	E-Wallet	Non-Tunai
14	Arqam	M-Banking	Tunai
15	Muhammad Satar	M-Banking	Tunai
16	Muh. Akib	E-Wallet	Tunai
17	Hannani	E-Wallet	Non-Tunai
18	Magdahalena Tjalla	M-Banking	Tunai
19	Saddan Husain	M-Banking	Tunai
20	Rustam Magun Pikahulan	E-Wallet	Non-Tunai
21	Ismail Latief	E-Wallet	Non-Tunai

### Data Responden

No	Nama	Jenis digital payment yang sering digunakan	Pendidikan	Jenis Kelamin	Usia	Homebase Dosen
1	Ida Ilmiah M	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2	Multazam Mansyur A	Ewallet (Dana)	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3	Raodhatul Jannah	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
4	Islamul haq	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 31-41	Pascasarjana
5	Ikhsan Gasali, M.S.I	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6	Indrayani	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
7	Ismayanti, S.E., M.M.	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 42-52	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
8	Nurfadhilah	M-Banking	S3	Perempuan	Usia	Fakultas

					31-41	Ekonomi dan Bisnis Islam
9	Dr. Arqam, S. Pd., M. Pd.	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 42-52	Pascasarjana
10	Nurfitriani	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
11	Besse faradiba	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
12	Muhammad Satar	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
13	Rustam Magun Pikhulan	Ewallet (Dana)	S2	Laki-laki	Usia 25-30	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
14	Magdhalena Tjalla, M.Hum	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 53-63	Pascasarjana
15	Rismala	Ewallet (Dana)	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
16	Hj. Ulfa Hidayati, M.M	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
17	Trian Fisman	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia	Fakultas

	Adisaputra				31-41	Ekonomi dan Bisnis Islam
18	TALN	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Tarbiyah
19	Misdar	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
20	Muh. Alim Fasieh	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 25-30	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
21	Hasanuddin Hasim, M.H.	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
22	Dr. Muh. Akib D S.Ag MA	Ewallet (Dana)	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Tarbiyah
23	M Ali Rusdi	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
24	Kalsum	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
25	Ira Sahara	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
26	Rini Purnamasari	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis

						Islam
27	Fahmiah Akilah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
28	Iin Mutmainnah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
29	Sudirman L.	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
30	Muh. Yusuf, M.Pd	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Tarbiyah
31	A. Rio Makkulau	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
32	Dr. H. Suarning, M. Ag	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
33	Munawir, M.Pd	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
34	Sri Wahyuni Nur	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
35	Dr. Muhammad Irwan, M.Pd.I.	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
36	St. Cheriah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia	Fakultas

	Rasyid				31-41	Ekonomi dan Bisnis Islam
37	Bols	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
38	Nurul Hasanah, M.Pd.	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
39	Fivi Elvira Basri	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
40	dirga achmad	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
41	Nidaul Islam	Ewallet (Dana)	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
42	Sri Rahayu Andira	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
43	Fuad Guntara	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
44	Dika Tripitasari	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 31-41	Pascasarjana
45	S. Dinar Annisa Abdullah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan

						Dakwah
46	Maemunah M.	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
47	Ayuntyah Eka Wardani, M.K.M	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
48	Dian	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
49	Ahmad Yani	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 25-30	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
50	Nur Hishaly G.H.,M.M.	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
51	Darwis,	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
52	Adnan Hasan	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
53	Selvy Anggriani Syarif	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 42-52	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan

						Dakwah
54	Bahtiar	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Tarbiyah
55	M. Taufiq Hidayat Pabbajah	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
56	Nm	Ewallet (Dana)	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
57	Saidin	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
58	Rasdiyanah, SH.MH	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
59	Ayi	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
60	Sahrani	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
61	Saddan Husain	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
62	Hj. Rusdaya Basri	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 53-63	Fakultas Syariah Dan

						Ilmu Hukum Islam
63	Arwin	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
64	Azmidar	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
65	Ismail Latief	Ewallet (Dana)	S2	Laki-laki	> 63	Fakultas Tarbiyah
66	Muh. Amin	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Tarbiyah
67	Fikri	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
68	Herdah	M-Banking	S3	Perempuan	> 63	Pascasarjana
69	Mukhtar	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
70	Andi bahri S	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
71	Ade hastuty	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 53-63	Fakultas Tarbiyah
72	Jumaisa	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
73	Sulkarnain	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis

						Islam
74	Dr. Muhammad Jufri, M. Ag	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
75	Ambo Dalle	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Tarbiyah
76	Hannani	Ewallet (Dana)	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
77	Dr. Firman, M.Pd.	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Tarbiyah
78	Emily	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
79	Tien Asmara	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
80	Yessicka Noviasmy	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
81	Muajiz Muallim	Ewallet (Dana)	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
82	Musmulyadi	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
83	Nur Asiza	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
84	Kaharuddin	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Tarbiyah
85	Nurhamdah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia	Fakultas

					42-52	Tarbiyah
86	Alwi	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 25-30	Fakultas Tarbiyah
87	Mifdah Hilmiyah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
88	Dr. Sitti Jamilah	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 42-52	Pascasarjana
89	Zulfikar Busrah	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
90	Abdullahbthahir	M-Banking	S3	Laki-laki	Usia 53-63	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
91	St. Humaerah Syarif	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
92	Nasruddin, M.Pd	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 42-52	Fakultas Tarbiyah
93	Andi Nurindah Sari	Ewallet (Dana)	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Tarbiyah
94	Imranah	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 25-30	Fakultas Tarbiyah
95	Novia Anugra	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Tarbiyah
96	Rusnaena	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 53-63	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
97	.	M-Banking	S3	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis

						Islam
98	Muh. Taufiq Syam	Ewallet (dana)	S3	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
99	Rusdianto	M-Banking	S2	Laki-laki	Usia 31-41	Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
100	Darmianti	M-Banking	S2	Perempuan	Usia 31-41	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

### Deskripsi Jawaban Responden

No Responden	Persepsi Kegunaan (X1)					Total X1	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)					Total X2
	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.		X2.	X2.	X2.	X2.	X2.	
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
2	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
6	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
8	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25	5	5	1	5	4	20
12	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

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

45	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22
46	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20	4	5	5	3	5	22
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
49	3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	3	15
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
51	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	3	19
52	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24
53	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23
54	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23
55	4	3	3	4	4	18	3	4	3	3	3	16
56	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
60	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	5	25
61	5	3	4	4	5	21	4	4	3	4	4	19
62	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
63	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
64	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
67	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
68	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24
69	4	4	5	4	5	22	4	4	4	5	5	22
70	5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	4	19
71	4	4	4	4	5	21	4	3	4	3	2	16
72	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
73	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17
75	5	5	5	5	5	25	3	4	3	3	5	18
76	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

77	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
79	5	5	5	5	5	25	4	4	2	4	5	19
80	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
82	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	24
83	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
84	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
86	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
88	5	4	4	5	5	23	5	3	4	3	5	20
89	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	4	19
91	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
92	5	5	3	5	5	23	3	3	3	2	3	14
93	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22
94	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23
95	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	5	22
96	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
97	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
98	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24
99	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24

No. Responden	Pengaruh Sosial (X3)			Total X3	Minat Menggunakan (Y)				Total Y
	X3.1	X3.2	X3.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	3	4	4	11	3	4	4	4	15
2	3	2	2	7	4	4	5	4	17
3	3	3	5	11	5	5	5	5	20
4	4	3	4	11	5	5	5	5	20
5	3	4	5	12	4	4	4	5	17
6	4	3	4	11	4	4	4	4	16
7	4	2	4	10	5	5	5	5	20
8	3	3	3	9	5	5	5	5	20
9	4	4	4	12	2	2	2	5	11
10	2	2	5	9	5	5	5	4	19
11	4	4	4	12	5	4	4	5	18
12	3	3	3	9	5	5	5	5	20
13	3	1	5	9	5	5	4	4	18
14	2	2	5	9	5	5	5	5	20
15	2	2	2	6	4	4	4	4	16
16	1	1	3	5	4	4	5	5	18
17	1	1	5	7	4	5	5	5	19
18	4	4	5	13	5	5	5	5	20
19	4	4	4	12	5	5	5	4	19
20	3	3	5	11	5	5	5	5	20
21	5	5	5	15	5	5	5	5	20
22	3	4	3	10	3	3	3	3	12
23	3	3	4	10	4	4	4	4	16
24	2	2	5	9	5	5	5	5	20
25	2	2	3	7	3	3	4	4	14
26	4	4	4	12	5	5	5	5	20
27	5	5	5	15	5	5	5	5	20
28	5	5	5	15	5	5	5	5	20
29	3	3	4	10	4	4	4	4	16
30	4	4	4	12	4	4	4	4	16
31	3	3	4	10	4	4	4	3	15
32	4	3	4	11	3	4	4	4	15
33	3	3	4	10	5	4	4	5	18
34	1	1	1	3	3	3	4	4	14
35	2	1	4	7	3	3	3	3	12
36	2	2	4	8	5	5	5	5	20
37	5	2	5	12	4	4	4	4	16
38	3	3	4	10	4	3	4	3	14
39	1	2	3	6	4	4	4	5	17
40	2	4	4	10	4	5	5	5	19
41	1	1	1	3	5	5	5	5	20
42	4	3	4	11	4	4	4	4	16
43	4	4	5	13	4	4	5	4	17

44	2	2	2	6	3	3	3	4	13
45	3	4	3	10	4	4	4	4	16
46	5	5	5	15	5	4	5	5	19
47	3	3	4	10	4	4	4	4	16
48	1	1	5	7	5	5	5	5	20
49	3	3	3	9	3	2	2	2	9
50	1	1	1	3	5	5	5	5	20
51	3	3	4	10	4	4	4	4	16
52	1	1	5	7	5	4	5	5	19
53	2	2	5	9	5	5	4	5	19
54	4	2	5	11	5	5	5	4	19
55	5	4	4	13	3	3	4	5	15
56	3	1	3	7	4	4	4	4	16
57	3	2	4	9	4	4	4	4	16
58	3	3	5	11	5	5	5	5	20
59	2	2	5	9	5	5	5	5	20
60	4	2	5	11	5	4	4	5	18
61	2	2	4	8	4	4	4	5	17
62	4	2	4	10	4	4	5	4	17
63	3	3	3	9	5	4	5	4	18
64	3	4	4	11	5	4	4	5	18
65	3	2	4	9	5	5	5	5	20
66	3	3	4	10	4	4	4	4	16
67	4	4	4	12	5	4	4	4	17
68	4	3	5	12	5	5	5	5	20
69	4	4	4	12	4	3	4	3	14
70	5	4	3	12	5	4	5	4	18
71	3	3	4	10	3	3	4	5	15
72	4	4	5	13	5	4	5	4	18
73	4	3	5	12	5	5	5	5	20
74	3	3	2	8	3	3	3	4	13
75	2	2	4	8	4	5	5	5	19
76	5	5	5	15	5	5	5	5	20
77	3	3	4	10	5	3	5	4	17
78	4	4	4	12	5	4	5	4	18
79	3	3	5	11	5	4	5	5	19
80	3	3	3	9	4	4	4	4	16
81	3	2	3	8	5	4	5	5	19
82	4	5	4	13	5	5	4	5	19
83	3	4	4	11	3	3	4	4	14
84	2	2	4	8	4	3	3	4	14
85	2	3	3	8	4	3	5	4	16
86	5	5	5	15	5	5	5	5	20
87	1	1	4	6	5	5	5	5	20
88	2	2	4	8	3	3	4	4	14
89	2	2	5	9	5	5	5	4	19

90	3	3	4	10	5	5	5	5	20
91	2	2	4	8	5	5	5	5	20
92	3	2	5	10	4	4	4	4	16
93	2	2	4	8	5	4	5	5	19
94	3	3	4	10	5	5	5	5	20
95	4	5	5	14	5	5	5	5	20
96	5	5	5	15	5	5	5	5	20
97	5	5	5	15	5	5	5	5	20
98	4	2	4	10	4	5	4	5	18
99	1	1	5	7	5	5	5	5	20
100	2	2	2	6	5	5	5	5	20

## Hasil SPSS

### 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Total_X1	100	10	25	22.89	2.726	
Total_X2	100	14	25	22.03	2.841	
Total_X3	100	3	15	9.94	2.666	
Total_Y	100	9	20	17.59	2.483	
Valid N (listwise)	100					

### 2. Hasil Uji Validitas

#### a. Uji Validitas Persepsi Kegunaan (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.613**	.604**	.814**	.774**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.613**	1	.649**	.738**	.622**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.604**	.649**	1	.637**	.598**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.814**	.738**	.637**	1	.776**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.774**	.622**	.598**	.776**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.863**	.851**	.827**	.910**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

#### b. Uji Validitas Persepsi kemudahan Penggunaan (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.741**	.535**	.720**	.624**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.741**	1	.547**	.717**	.677**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.535**	.547**	1	.498**	.577**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.720**	.717**	.498**	1	.581**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.624**	.677**	.577**	.581**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.861**	.876**	.775**	.838**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## c. Uji Validitas Pengaruh Sosial (X3)

		<b>Correlations</b>			
		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.767**	.363**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.767**	1	.283**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.363**	.283**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000
	N	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.895**	.869**	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## d. Uji Validitas Minat Menggunakan (Y)

		<b>Correlations</b>				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.772**	.754**	.518**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.772**	1	.740**	.621**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.754**	.740**	1	.546**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.518**	.621**	.546**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.889**	.915**	.881**	.763**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

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

### 3. Uji Reliabilitas

#### a. Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.907	.915	5

#### b. Uji Reliabilitas Persepsi kemudahan Penggunaan (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.887	.891	5

#### c. Uji Reliabilitas Pengaruh Sosial (X3)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.728	3

## d. Uji Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.886	.885	4

## 4. Uji Asumsi Klasik

## a. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56833173
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.064
	Negative	-.101
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 <sup>c</sup>

## 5. Uji Regresi Linear Berganda

## a. Tabel Annova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	366.683	3	122.228	48.187	.000 <sup>b</sup>
	Residual	243.507	96	2.537		
	Total	610.190	99			

## b. Tabel Coefficient

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-.325	1.530			-.212	.832		
Persepsi Kegunaan	.398	.074	.437		5.380	.000	.629	1.589
Persepsi kemudahan Penggunaan	.359	.071	.411		5.058	.000	.629	1.590
Pengaruh Sosial	.089	.060	.095		1.474	.144	.992	1.008

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

## 6. Uji Hipotesis

## a. Uji t-Parsial

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-.325	1.530			-.212	.832
Persepsi Kegunaan	.398	.074	.437		5.380	.000
Persepsi kemudahan Penggunaan	.359	.071	.411		5.058	.000
Pengaruh Sosial	.089	.060	.095		1.474	.144

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

### b. Uji F Simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	366.683	3	122.228	48.187	.000 <sup>b</sup>
	Residual	243.507	96	2.537		
	Total	610.190	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Sosial, Persepsi Kegunaan, Persepsi kemudahan Penggunaan

### c. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinan)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.588	1.59265

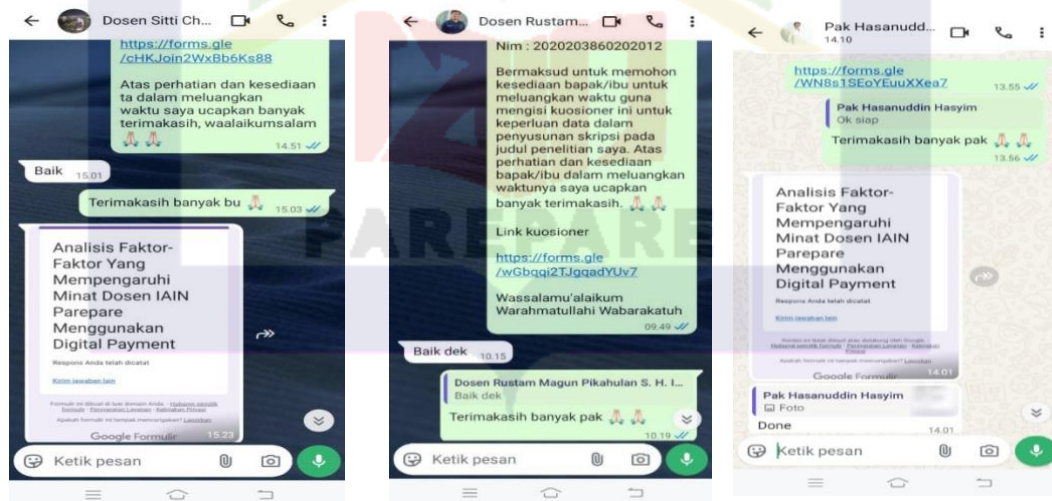
a. Predictors: (Constant), Pengaruh Sosial, Persepsi Kegunaan, Persepsi kemudahan Penggunaan

## DOKUMENTASI PENELITIAN

### Penyebaran Kuisiener Via Offliene



### Penyebaran Kuisiener Via Online



## BIODATA PENULIS



**Audhina Reghia Putri**, Lahir pada tanggal 27 Maret 2001 di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Saya merupakan putri pertama dari Bapak Jamil dan Ibu Yuliana. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Riwayat pendidikan penulis, memulai pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK Adhyaksa XVI, sejak tahun 2007 dan lulus pada tahun 2008 Kemudian melanjutkan Pendidikan di SD 016 Balikpapan Selatan sejak tahun 2008 dan lulus tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 22 Balikpapan sejak tahun 2014 dan lulus tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMKN 1 Parepare sejak tahun 2017 dan lulus tahun 2020. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis melakukan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Desa Karueng, pada tahun 2023. Selanjutnya penulis melakukan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Parepare. Dan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsi dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dosen IAIN Parepare Menggunakan Digital Payment.