

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI
KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN MENGGUNAKAN BARCODE BBM
BERSUBSIDI DI KOTA PAREPARE**



OLEH:

**AULIA RAMADHANI BURHANUDDIN
NIM: 2120203860202013**

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

2025

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI
KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN MENGGUNAKAN BARCODE BBM
BERSUBSIDI DI KOTA PAREPARE**



OLEH:

**AULIA RAMADHANI BURHANUDDIN
NIM: 2120203860202013**

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
2025**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan Barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Aulia Ramadhani Burhanuddin

Nim : 2120203860202013

Program Studi : Ekonomi Syariah

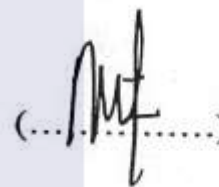
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Nomor B-3963/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Arwin, M.SI

NIP : 19910203 201903 1 013



Mengetahui,

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag

NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan Barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Aulia Ramadhani Burhanuddin

Nim : 2120203860202013

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Nomor B-3963/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi **Penguji**

Arwin, S.E., M.Si

(Ketua)

(.....)

Dr. An Ras Try Astuti, M.E

(Anggota)

(.....)

Trian Fisman Adisaputra, M.M

(Anggota)

(.....)

Mengetahui,

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat dan salam tak henti-hentinya tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada seluruh keluarga besar, terutama kepada ibunda Hasmah dan ayahanda Burhanuddin, sosok yang selalu ada dalam hati. Ibunda dan Ayahanda yang dengan penuh kasih sayang senantiasa memberikan doa, nasihat, semangat serta dukungan tanpa henti.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada Bapak Arwin, S. E, M. Si., selaku ketua prodi Ekonomi Syariah sekaligus dosen pembimbing atas bimbingan dan arahan yang diberikan selama ini, sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M. Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas dedikasinya dalam membangun lingkungan pendidikan yang kondusif dan mendukung bagi mahasiswa(i).

3. Ibu Dr. An Ras Try Astuti, M.E dan Bapak Trian Fisman Adisaputra, M.M
Selaku dosen penguji yang telah memberi saran dan arahan terkait skripsi ini.
4. Ibu Mustika Syarifuddin M. Sn. Sebagai dosen penasehat akademik.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu untuk mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Kepada kedua kakak tercinta Citra Reskia dan Toto Yusuf Burhanuddin, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap dukungan, doa, saran, dan semangat yang tak pernah putus. Kehadiran kalian adalah anugerah yang berarti dalam setiap langkah perjalanan penulis, semoga kebaikan dan kasih sayang yang kalian curahkan senantiasa mendapat balasan terbaik dari Allah Swt.
8. Kepada kedua kakak ipar Zul Fajrin dan Nuri, terima kasih atas bantuan dan dukungan kalian selama ini
9. Kepada kedua keponakan penulis Hasya dan Savanna, terima kasih atas tingkah lucu kalian yang selalu menjadi semangat penulis selama ini.
10. Sahabat dari Aisyah Djauhar, Risna, Fitri Handayani yang selalu setia dalam susah dan senang dalam setiap proses penulis dari dulu hingga sekarang.
11. Teman seperjuangan Nur Aisyah, St. Hajar Putri, Aulia Sari, Nur Alfi Syahrir, Elisa Andriani Suparman, Kurnia Ardi, dan Rismarida Idris terima kasih atas saran, penyemangat dan bantuan kalian selama ini.
12. Teruntuk teman penulis Muhammad Saleh Aris terima kasih atas bantuan, saran, support, dorongan dalam proses penyelesaian ini.

13. Kepada teman-teman Angkatan 21 program studi ekonomi syariah dan KKN Posko 23 desa lampoko yang tidak sempat penulis sebut satu persatu.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan, baik secara, moral maupun materi, sehingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. Mencatat segala kebaikan sebagai amal jariyah serta melimpahkan Rahmat dan pahala-Nya kepada kita semua.

Parepare, 01 Juni 2025

5 Dzulhijah 1446 H

Penulis,



Aulia Ramadhani Burhanuddin
NIM.2120203860202013

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

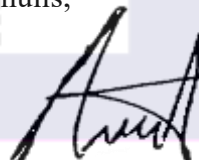
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Ramadhani Burhanuddin
Nim : 2120203860202013
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 21 November 2003
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi
Keamanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Barcode
BBM Bersubsidi di Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dengan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau keseluruhannya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukuman.

Parepare, 25 Juni 2025
29 Dzulhijah 1446 H

Penulis,



Aulia Ramadhani Burhanuddin
NIM.2120203860202013

ABSTRAK

Aulia Ramadhani Burhanuddin *Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Barcode BBM bersubsidi di Kota Parepe* (Dibimbing oleh bapak Arwin)

Sistem barcode BBM bersubsidi merupakan inovasi digital yang diterapkan untuk menyalurkan bahan bakar bersubsidi secara lebih tepat sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan dalam menggunakan barcode BBM bersubsidi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *field research*, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap masyarakat pengguna barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare. Jumlah sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 70 responden. Teknik pengelolaan data dilakukan dengan bantuan *software* SPSS Versi 26 dengan beberapa pengujian untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji persial (uji t), variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi dengan nilai $T_{hitung} 2,369 > T_{tabel} 1,996$ dan signifikansi $0,021 < 0,05$. Variabel persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi dengan nilai $T_{hitung} 5,476 > T_{tabel} 1,996$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa nilai $(F_{hitung} 75,696 > F_{tabel} 3,13)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota parepare. Temuan ini menunjukkan semakin mudah dan aman sistem digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan masyarakat dalam menggunakan barcode BBM.

Kata Kunci : Persepsi kemudahan, persepsi keamanan, kepuasan pengguna, barcode BBM bersubsidi

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	11
B. Tinjauan Teori	14
1. TAM (Technology Acceptance Model).....	14
2. Kemudahan	17
3. Keamanan	23
4. Kepuasan.....	26
C. Kerangka Pikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	32

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi Dan Sampel	33
D. Jenis dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	36
F. Definisi Operasional Variabel	37
H. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Deskripsi Hasil Penelitian	48
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.	51
C. Pengujian Persyaratan Analisis Data	63
D. Uji Hipotesis	70
E. Pembahasan Hasil Peneltian	73
BAB V PENUTUP	86
A. KESIMPULAN	86
B. SARAN	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95
BIODATA PENULIS	123

DAFTAR TABEL

NO. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Perbandingan Harga BBM subsidi dan non subsidi	3
Tabel 1.1	Hasil Pra Survey	5
Tabel 3.1	Definisi Operasional	38
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert	40
Tabel 4.1	Klafikasi Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2	Klafikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3	Klafikasi Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4.4	Klafikasi berdasarkan Frekuensi Penggunaan barcode BBM	50
Tabel 4.5	Tabulasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	51
Tabel 4.6	Tabulasi Variabel Persepsi Keamanan (X2)	55
Tabel 4.7	Tabulasi Variabel Kepuasan Menggunakan (Y)	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel (X1)	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel (X2)	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel (Y)	64
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolineritas	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.15	Hasil Uji T	70
Tabel 4.16	Hasil Uji F	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	30
Gambar 4.1	Hasil Uji Holigram (Normalitas)	67
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67



DAFTAR LAMPIRAN

NO	Judul Lampiran	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	96
2	Data Responden	100
3	Deskripsi Jawaban Responden	103
4	Hasil Output SPSS 26	108
5	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	114
6	Berita Acara Revisi Judul	115
7	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	116
8	Surat Rekomendasi Melaksanakan Penelitian dari Dinas Layanan Terpadu Satu Pintu	117
9	Surat Keterangan telah Meneliti dari Instansi	118
10	Hasil Turnitin	119
11	Tabel T	120
12	Tabel F	121
13	Dokumentasi	122
14	Biodata Penulis	123

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. 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 lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda. Daftar huruf Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	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 (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal Tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
اَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasi berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / ٓ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau ada 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 : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

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

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَيْنَا : *najjainā*
الْحَقُّ : *al-haqq*
الْحَجَّ : *al-hajj*
نُعْم : *nu'ima*
عَدُو : *'aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (i). Contoh:

عَرَبِي : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)
عَلِي : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi 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 kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asysyamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *azzalزالah*)
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

8. 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 perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar*Qur'an*), *Sunnah*, khusus dan umum. 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

9. Lafz al-Jalalah

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

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ : *Billah*

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

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada 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*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd*

(bukan: *Zaid*,

Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = subḥānahū wa ta‘āla s

aw. = ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam

a.s. = ‘alaihi al- sallām

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

دم = بدونمکان

صلعم = صلى الله عليه وسلم

ط = طبعة

دن = بدون ناش

الخ = إلى آخرها / آخره

ج = جزء

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

- Ed : Editor (atau, eds. [dari kata 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).
- Ed.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 digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Volume : Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- Nomor : Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi juga semakin maju. Kemajuan teknologi ini mendorong pertumbuhan ekonomi yang pesat di era digitalisasi. Indonesia, sebagai negara berkembang, terus melakukan berbagai perubahan dan meningkatkan pelayanan melalui penerapan penggunaan aplikasi digital.¹ Dalam perekonomian telah membawa banyak perubahan yang memungkinkan pelanggan atau seseorang melakukan aktivitas ekonomi secara mudah dan praktis².

Teknologi digital memiliki peran penting dalam mendukung distribusi subsidi BBM di Indonesia. Salah satu bentuknya yakni penerapan teknologi QR barcode dalam proses pembelian BBM di SPBU. Sejak uji coba dimulai September 2022, dan digunakan mulai pada 1 Juli 2022, tetapi baru pada 2024 sistem ini diterapkan secara menyeluruh di seluruh Indonesia.³

PT.Pertamina (Persero) menghadirkan aplikasi layanan keuangan digital bernama My Pertamina. Awalnya, aplikasi ini diperuntukan untuk digunakannya transaksi pengisian bahan bakar nontunai saja tetapi pada tahun 2024 serentak digunakan untuk memperoleh barcode BBM bersubsidi.⁴ Aplikasi My Pertamina

¹ Eni Setyowati, "Teknologi dan Pertumbuhan Ekonomi ", *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 2, no.2. 2020 h.161.

² Jeanet Putri Shintya Nubatonis, Fransina W. Ballo, and Novi Theresia Kiak, "Implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Di Kota Kupang)," *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 2, no. 2 (2024) h.2.

³ Kristantyo Wisnubroto, "Praktis Dan Tepat Sasaran. Membeli Menggunakan QR Code," *Indonesia Go.Id Portal Informasi Indonesia*, 2024 (akses pada februari 2025).

⁴ Oktaviana and Mala Fransisca, "Pengaruh Social Marketing Campaign Terhadap Keputusan Konsumen Bertransaksi Menggunakan Aplikasi MyPertamina Di Pontianak," *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura* 5, no. 1 (2021) h. 5.

pertama kali diluncurkan pada 7 Agustus 2017. Aplikasi ini menawarkan sejumlah layanan, antara lain pembayaran nontunai, event dan promosi, navigasi ke SPBU MyPertamina, penukaran poin, dan pengenalan produk-produk Pertamina.⁵

Menurut data BPH Migas, terdapat sekitar 6.000–7.000 SPBU di Indonesia. Pada tahun 2023, uji coba penggunaan aplikasi MyPertamina dilakukan di berbagai lokasi, dengan 3.383.647 kendaraan terverifikasi. Dari jumlah tersebut, mayoritas pengguna adalah konsumen Peralite sebanyak 2.280.612 kendaraan, dan sisanya 1.103.234 kendaraan menggunakan BBM subsidi jenis solar.⁶ BBM sendiri merupakan komoditas hasil olahan minyak dan gas bumi yang digunakan oleh masyarakat.⁷

Berdasarkan Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, BBM terbagi menjadi tiga jenis, yaitu: Bensin, yang umum digunakan pada kendaraan dengan varian seperti Premium (oktan 88), Peralite (oktan 90), dan Pertamax (oktan 92); Diesel, yang digunakan pada kendaraan bermesin diesel seperti bus dan truk, mencakup Solar dan Dexlite; serta Avtur, yang digunakan untuk pesawat terbang.⁸

Dalam Undang-Undang Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 191 Tahun 2014, BBM subsidi ditujukan untuk masyarakat kurang mampu atau menengah ke

⁵ Yena Resca Gitasela, Yanto Yanto, and Sri Narti, “Analisis Resepsi Khalayak Tentang Aplikasi MyPertamina (Studi Pada Masyarakat Kota Bengkulu),” *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 2, no. 3 (2023) h.406.

⁶ Maulandy Rizky Bayu Kencana, “BPH Migas Pantau Konsumsi BBM Subsidi 3,4 Juta Pengguna MyPertamina,” *Http://Liputan6.Com/Bisnis/Read/5183065/Bph-Migas-Pantau-Konsumsi-Bbm-Subsidi-34-Juta-Pengguna-Mypertamina?Page=2*, 2023 (diakses pada oktober 2024).

⁷ Arwin, Sutrisno, and Nurfitriani, “Dampak Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak Terhadap Elastisitas Permintaan Sembako Di Pasar Segiri Kota Samarinda,” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 4, no. 1 (2023) h. 109.

⁸ “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 Tentang Minyak Dan Gas Bumi” (2001).

bawah, dengan harga dan kualitas di bawah BBM non-subsidi. Perbedaannya juga terletak pada mekanisme pembiayaan, di mana BBM subsidi mendapat dukungan finansial dari pemerintah kepada produsen dan konsumen, sehingga harganya lebih rendah dari harga pasar.⁹

Tabel 1.1 Perbandingan Harga BBM Subsidi dan Non Subsidi

NO	JENIS BBM	NAMA BBM	HARGA
1	Subsidi	Pertalite	Rp 10.000
2		Solar	Rp 6.800
3	Non Subsidi	Pertamax	Rp 12.400
4		Pertamax Turbo	Rp 13.050
5		Pertamax Green	Rp 12.800
6		Pertamina Dex	Rp 13.200
7		Dexlite	Rp 12.740

Sumber data: Berita Algoritma News.¹⁰

Seperti yang dapat dilihat dari tabel, harga BBM bersubsidi dan non-subsidi berbeda signifikan, dan pemerintah berupaya mencegah harga BBM bersubsidi naik setara dengan non-subsidi. Melalui kebijakan Kementerian ESDM, diterapkan regulasi penggunaan QR barcode saat transaksi di SPBU untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan pengawasan penyaluran subsidi. Sistem ini, melalui registrasi dan verifikasi data, bertujuan menyalurkan subsidi tepat sasaran. Langkah ini juga diharapkan menjaga stabilitas harga dan mencegah inflasi yang dapat mengganggu perekonomian. Tujuan dari aturan ini adalah untuk meningkatkan pengawasan, menjamin penyaluran tepat sasaran, dan mengurangi jumlah BBM subsidi yang tidak seharusnya.¹¹

⁹ Aulia Selma and Maulana Aditya, "Kenali Perbedaan BBM Subsidi Dan Non-Subsidi," *Kompas*, 2024 (diakses pada februari 2025).

¹⁰ Algoritma Team, "Harga BBM" *Algoritma News*, 2023 (diakses pada Januari 2025).

¹¹ Firda Dwi Muliawati, "Beli BBM Pakai QR Code, Begini Penjelasan Menteri ESDM," *Cnbc Indonesia.Com*, 2023 (Akses pada Februari 2025).

Penerapan teknologi baru ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen, terhadap kepuasan pembelian bahan bakar. Menurut Kotler kepuasan adalah paradigma ekspektasi ataupun konfirmasi yang dikaitkan dengan perasaan puas terhadap suatu sistem atau produk.¹² Persepsi konsumen adalah suatu proses rangsangan atau pengalaman yang kemudian diolah serta menghasilkan sebuah penilaian.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang didalamnya membahas terkait dengan kemudahan penggunaan, kemudahan yang dirasakan dapat mempengaruhi seseorang untuk menerima teknologi yakni teknologi pengguna yang jelas dan mudah dipahami, atau kemudahan yang dirasakan adalah beberapa hal yang dapat memengaruhi seseorang memutuskan apakah mereka puas dengan sistem tersebut. Persepsi konsumen terkait kepuasan untuk menggunakan suatu sistem juga terlihat dari segi keamanan. Persepsi keamanan itu sendiri diartikan sebagai rasa aman jika menggunakan suatu sistem teknologi, jika seseorang merasa aman maka mereka akan puas untuk menggunakannya. Pelaksanaan terkait regulasi ini sangat dibantu oleh aksesibilitas, kegunaan serta keamanan sistem barcode BBM. Maka dari itu persepsi konsumen dalam kemudahan penggunaan dan keamanan perlu untuk dikaji.

Namun dalam penerapan dari regulasi ini terdapat beberapa kendala yang terjadi. Sebagian besar masyarakat merasa kesulitan untuk terbiasa menggunakan kode QR, khususnya di tempat-tempat yang layanan digitalnya masih dalam tahap awal, masyarakat banyak yang masih kurang paham cara menggunakan bahkan di

¹² Arman Syah, *MANAJEMEN PEMASARAN Kepuasan Pelanggan* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) h 111.

tahap pendaftaran akun, dari segi keamanan juga masyarakat banyak yang khawatir terkait keamanan data yang diproses ke dalam akun MyPertamina, yang terjadi seperti kekhawatiran akan adanya peretasan akun ataupun penipuan yang dapat dilakukan secara digital.¹³ Di Kota Parepare sendiri, meskipun pembelian BBM menggunakan barcode telah diperkenalkan, belum semua masyarakat merasa nyaman menggunakannya, seperti yang terlihat pada tabel hasil pra survey yang telah dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 25 orang;

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey

Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
	Persentase	
Proses pendaftaran untuk mendapatkan QR barcode BBM bersubsidi tidak rumit	36%	64%
Dapat menggunakan QR barcode BBM bersubsidi tanpa bantuan orang lain	40%	60%
Data pribadi aman saat melakukan pendaftaran QR barcode BBM bersubsidi	44%	56%
Tidak ada risiko penyalahgunaan data dari adanya QR barcode BBM bersubsidi	48%	52%

Sumber data : Hasil pra survey 2025

Berdasarkan hasil dari pra survey yang telah dilakukan menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 25 orang yang merupakan pengguna QR barcode BBM bersubsidi di kota Parepare, diperoleh ada sebanyak 9 responden atau dengan persentase 36% yang menyatakan bahwa proses pendaftaran untuk mendapatkan barcode itu tidak rumit sedangkan 16 responden dengan persentase 64% lainnya menyatakan rumit, kemudian ada sebanyak 10 responden atau dalam persentase 40% orang yang menyatakan tidak memerlukan bantuan orang lain

¹³ Rizky Muhammad Ibrahim and Nadya Novandriani Karina Moeliono, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen Pada My Pertamina (Studi Pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA 4*, no. 2 (2020) h.399.

dalam menggunakan barcode BBM bersubsidi sedangkan 15 responden dengan persentase 60% lainnya memerlukan bantuan orang lain. Adapun dari segi keamanan data pribadi ada sebanyak 11 responden dengan persentase 44% menyatakan aman sedangkan 14 responden lainnya menyatakan tidak aman, kemudian ada sebanyak 12 orang dengan persentase 48% responden menyatakan tidak ada resiko penyalahgunaan data dari adanya barcode BBM bersubsidi, sedangkan 13 orang dengan persentase 52% lainnya menyatakan sebaliknya. Pra survey menunjukkan bahwa adanya keluhan dan kekhawatiran dari masyarakat terkait dari regulasi ini.

Hasil pra survey memberikan gambaran persepsi konsumen terkait regulasi ini beragam, survei menunjukkan bahwa kendala dalam segi kemudahan penggunaan dan keamanan ternyata cukup tinggi, karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengukur sejauh mana kedua persepsi tersebut mempengaruhi kepuasan penggunaan barcode BBM bersubsidi. Apalagi di kota Parepare, yang memiliki kepadatan penduduk dan keberagaman karakter masyarakat, sehingga pemahaman serta penerimaan terhadap kebijakan digital dapat bervariasi.

Jika masyarakat merasa bahwa sistem tersebut sulit digunakan atau tidak cukup aman, maka akan berdampak pada keengganan untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengkaji sejauh mana masyarakat merasa mudah dan aman dengan sistem ini, yang berdampak pada keberhasilan program digitalisasi ekonomi serta memberikan masukan yang konstruktif bagi pemerintah dan perusahaan dalam menyempurnakan sistem, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dalam pelaksanaan kebijakan pembelian berbasis digital.

Penelitian Abdul Yusuf, Nurul Aulia Dewi, Nada Shofiatul Ula, dan Alya Luthfi¹⁴ menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tetapi pada penelitian Sfenrianto, Tendi Wijaya, dan Gunawan Wang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan¹⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Nandya Eka Sari dan Teddy Oswari menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.¹⁶ Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Doddy Adrisal Putra dan Diana Triwardhani menyatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.¹⁷

Beberapa penelitian relevan terdahulu yang telah diteliti mempunyai hasil yang beragam terkait pengaruh persepsi kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan, terdapat inkonsistensi temuan antara satu penelitian dengan penelitian yang lain dan masih sedikit yang berfokus pada pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat “Pengaruh dari Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare”

¹⁴ Abdul Yusuf et al., “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen OVO” 11, no. 1 (2021) h. 54–63.

¹⁵ Sfenrianto, Tendi Wijaya, and Gunawan Wang, “Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors in the E-Marketplace,” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 13, no. 2 (2018) h.50

¹⁶ Nandya Eka Sari and Teddy Oswari, “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia,” *Creative Research Management Journal* 3, no. 2 (2020) h. 2

¹⁷ Doddy Adrisal Putra and Diana Triwardhani, “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Solok,” *Journal of Young Entrepreneurs* 2, no. 2 (2020) h. 78–93.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini, adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare?
2. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare

D. Kegunaan Penelitian

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

1. Manfaat secara teoritis Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat, antara lain;

- a. Kalangan Akademik, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan berkontribusi baik untuk penelitian yang akan datang. Terkhusus bagi pihak yang tertarik meneliti mengenai bidang dan permasalahan yang sejenis. Selain itu, harapannya dapat memacu penelitian yang lebih baik tentang pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi.
- b. Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi untuk masyarakat luas mengenai pengaruh dari persepsi konsumen terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan pemikiran bagi setiap orang, menambah wawasan, pengetahuan, serta keterampilan terkait dengan ekonomi. Terkhusus mengenai pengaruh faktor yang mempengaruhi kepuasan menggunakan barcode. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi acuan pemerintah untuk mengambil keputusan yang tepat dalam pengambilan kebijakan regulasi.

3. Manfaat bagi pemerintah daerah

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk pemerintah dan perusahaan dalam mengevaluasi kebijakan terkhusus terkait dengan regulasi

terkait barcode BBM bersubsidi. Hasil penelitian juga dapat memberikan kontribusi akademik dalam bidang kebijakan publik, pemasaran, serta penerapan teknologi dalam pelayanan ekonomi berbasis digital.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz Apriyand dan Harti (2022)¹⁸ dengan judul Pengaruh Persepsi kemudahan, kegunaan dan kredibilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna e-wallet Dana. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 130 responden, teknik analisis data yang digunakan yaitu SEM (*Strucural Equation Mpdelling*) dengan PLS (*Partial Least Square*) dengan tahapan *Evaluation of mesurement model* dan *Evaluation of structural model*. Hasil penelitian menemukan persepsi kemudahan, kegunaan, dan kredibilitas aplikasi Dana berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, terutama ketika dimediasi oleh kepuasan. Kemudahan penggunaan meningkatkan kepuasan, yang pada gilirannya mendorong loyalitas.

Adapun perbedaan dari hasil penelitian terdahulu dan penelitian ini, penelitian ini berfokus terhadap pengaruh secara langsung dan pengaruh simultan dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota parepare.

Penelitian yang dilakukan Elsa Pebiyanti, Achmad Fauzi, Tsamara Husniyyah, Sarah Intan Tasia, Zhakila Sutendi, Anisa Elsa Vitri (2023)¹⁹ dengan

¹⁸ Abdul Aziz Apriyanda and Harti Harti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, Dan Kredibilitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna E-Wallet Dana," *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 6, no. 1 (2022)

¹⁹ Elsa Pebiyanti et al., "Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4, no. 5 (2023).

judul Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review) penelitian menerapkan metode penulisan kuantitatif dan studi pustaka. Hasil Penelitian menemukan bahwa kualitas informasi, persepsi keamanan, dan privasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian belanja online.

Adapun perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni terletak pada persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota parepare dilihat dari kemudahan ataupun fitur yang diberikan, kemudian persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM dilihat dari tidak adanya penyalahgunaan data yang nantinya akan mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk terus menggunakan sistem tersebut dalam membeli BBM bersubsidi

Penelitian yang dilakukan oleh Rena Deliyana, Berlintina Permatasari, dan Dewi Sukmasari (2022)²⁰ dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 reponden Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS 20.0. Hasil penelitian mengatakan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

²⁰ Rena Deliyana, Berlintina Permatasari, and Dewi Sukmasari, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca," *Journals of Economics and Business* 2, no. 2 (2022): 1–16.

pelanggan, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Mobile Banking Bca.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian ini, hasil penelitian ini menemukan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota parepare, penelitian ini juga berfokus terhadap objek pengguna barcode BBM bersubsidi di kota parepare sekaligus menambahkan nilai-nilai islami kedalamnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Elmi Chantika, Gustini, Ovita Charolina (2024.)²¹ dengan judul Pengaruh Pelaksanaan QR Barcode My Pertamina Terhadap Penjualan BBM. Jenis penelitian yang digunakan yakni kuantitatif berlokasi di SPBU 24.381.01 Kampung Kelawi Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini secara umum menemukan bahwa pelaksanaan QR Barcode My Pertamina berpengaruh positif terhadap penjualan BBM di SPBU.

Perbedaan hasil dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini, salah satu nya terletak pada lokasi penelitian, kemudian walaupun sama-sama meneliti terkait dengan barcode BBM tetapi peneliti sebelumnya menggunakan variabel dependen penjualan BBM di SPBU sedangkan penelitian ini berfokus terhadap kepuasan konsumen pengguna barcode BBM bersubsidi dilihat dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare.

²¹ Elmi Chantika, Gustini Gustini, and Ovita Charolina, "Pengaruh Pelaksanaan Qr Barcode My Pertamina Terhadap Penjualan Bbm," *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara* 3, no. 1 (2024): 35–46.

B. Tinjauan Teori

1. TAM (Technology Acceptance Model)

Salah satu ide terpenting dalam sistem informasi ataupun dalam digitalisasi, TAM telah diterapkan secara luas untuk memperkirakan dan menjelaskan terkait seseorang menerima teknologi dalam berbagai latar dan konteks budaya. *Theory of Reasoned Action* atau yang disingkat dengan (TRA), diciptakan oleh Ajzen dan Fishbein, merupakan dasar dari teori TAM; meskipun demikian, teori ini telah disesuaikan secara khusus untuk penerimaan seseorang terhadap suatu sistem.²² Teori TAM terutama yang telah dikembangkan dan dikemukakan oleh pencetus utamanya yakni Fred D. Davis, yang mendasarkan definisinya tentang teori ini pada dua konsep yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan²³

Menurut Davis, persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Davis menekankan bahwa kedua faktor ini bersama-sama menentukan sikap pengguna terhadap teknologi.²⁴

TAM mengalami pengembangan oleh Vankatesh dan Davis. Model yang diperluas, disebut sebagai TAM2. TAM2 bertujuan untuk meningkatkan

²² Yavuz TORAMAN and Barış Batuhan GEÇİT, "User Acceptance of Metaverse: An Analysis for e-Commerce in the Framework of Technology Acceptance Model (TAM)," *Sosyoekonomi* 31, no. 55 (2023) h.85–104.

²³ Multazam Mansyur Addury et al., "Technology Acceptance Model Analysis on the Students' Intention for Islamic Philantropy in Yogyakarta," *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 20, no. 1 (2022) h.64

²⁴ Fred D. Davis, "Perceived sefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989) h.320.

kemampuan prediksi dan penjelasan terhadap sikap dan niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Dalam model ini penjelasannya diperluas melalui dua kelompok faktor baru, yaitu faktor sosial (*social influence processes*) dan faktor kognitif (*cognitive instrumental processes*).²⁵

Faktor sosial mencakup tiga komponen utama: *Subjective norm* merujuk pada persepsi individu bahwa orang-orang di sekitarnya, mengharapkan mereka untuk menggunakan sistem tertentu. Sementara itu, *image* mengacu pada pandangan bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan citra atau status sosial seseorang dalam organisasi. *Voluntariness* menggambarkan sejauh mana penggunaan sistem dilakukan secara sukarela atau karena kewajiban yang ternyata memengaruhi kekuatan pengaruh sosial tersebut terhadap niat penggunaan teknologi.

Di sisi lain, faktor kognitif mencakup empat komponen yang membantu menjelaskan persepsi kegunaan (*usefulness*) dari sudut pandang tugas atau pekerjaan, yaitu: *Job relevance* adalah sejauh mana seseorang merasa sistem yang digunakan relevan dengan pekerjaan mereka. *Output quality* menggambarkan seberapa baik hasil yang diberikan oleh sistem. *Result demonstrability* mengacu pada sejauh mana manfaat dari sistem dapat diamati atau dijelaskan secara nyata.²⁶

Melalui pengembangan ini, TAM2 tidak hanya mempertahankan kekuatan teoritis dari model sebelumnya, tetapi juga memberikan kerangka yang lebih lengkap dan realistis untuk menjelaskan mengapa seseorang menerima atau menolak penggunaan suatu teknologi. Pengaruh faktor sosial dan pemikiran kognitif menjadikan TAM2 lebih adaptif terhadap konteks organisasi dan

²⁵ Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science* 46, no. 2(2000) h.186-187.

²⁶ Venkatesh and Davis h 188-191.

lingkungan kerja, di mana keputusan penggunaan teknologi tidak hanya didasarkan pada persepsi individu terhadap kegunaan dan kemudahan, tetapi juga pada tekanan sosial dan harapan lingkungan sekitarnya.

Venkatesh dan Morris menyatakan bahwa tujuan TAM adalah untuk mengamati bagaimana orang-orang yang sering menggunakan teknologi informasi dalam kegiatan sehari-hari memahaminya. Persepsi penggunaan dan kemudahan kegunaan suatu sistem informasi ditunjukkan oleh tingkat penggunaannya yang tinggi. Sikap atau tindakan penerima teknologi dapat dipengaruhi oleh tanggapan dan sudut pandang mengenai penggunaan teknologi informasi²⁷

Menurut Davis, pendapat pengguna tentang kemudahan dan kegunaan sistem membentuk sikap mereka terhadapnya, yang pada gilirannya memengaruhi niat perilaku dan penggunaan sistem sebenarnya. Secara spesifik:

- 1) Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh kausal pada persepsi kegunaan
- 2) Persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan keduanya mempengaruhi sikap terhadap penggunaan
- 3) Sikap terhadap penggunaan mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan
- 4) Niat perilaku untuk menggunakan menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya.

Dari pengertian teori TAM yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa TAM atau *Technology Acceptance Model* ialah suatu teori yang mengukur

²⁷ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022 h.4-5.

sikap seseorang dan sejauh mana seseorang menerima suatu teknologi dengan melihat dua aspek yakni persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan.

Dalam perspektif ekonomi, TAM berkontribusi pada pemahaman tentang pengambilan keputusan konsumen dan perilaku adopsi teknologi. Perusahaan dan organisasi menggunakan wawasan dari TAM untuk strategi pemasaran, pengembangan produk, dan analisis teknologi. Dalam ekonomi digital, TAM membantu menjelaskan pola difusi inovasi dan adopsi platform digital. Model ini memungkinkan perusahaan memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi baru, membantu mereka mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan mengurangi risiko teknologi yang gagal. Hal ini sangat penting dalam ekonomi saat ini di mana teknologi berubah dengan cepat dan kepuasan terhadap teknologi memiliki implikasi strategis jangka panjang.

2. Kemudahan

a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Konsep Teori persepsi kemudahan penggunaan menekankan bahwa keputusan seseorang untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh seberapa mudah teknologi itu digunakan. Kemudahan penggunaan suatu teknologi ditentukan oleh seberapa mudah teknologi itu dipelajari, dipahami, dan digunakan oleh pengguna tanpa menghadapi tantangan besar. Kegunaan teori ini menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh seberapa mudah teknologi itu digunakan. Kemudahan penggunaan suatu teknologi ditentukan oleh seberapa mudah teknologi

itu dipelajari, dipahami, dan digunakan oleh pengguna tanpa menghadapi tantangan besar.²⁸

Menurut Hartono persepsi kemudahan penggunaan adalah ukuran sejauh mana seseorang meyakini bahwa dalam mempergunakan suatu teknologi dengan jelas digunakan, serta tidak membutuhkan banyak usaha, harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya²⁹

Sedangkan menurut Davis dalam teorinya persepsi kemudahan penggunaan *Perceived Ease of Use* di *Technology Acceptance Model* (TAM) mengacu pada persepsi seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan mudah. Karena persepsi ini memengaruhi minat dan keputusan pengguna untuk mengadopsi teknologi, semakin mudah teknologi tersebut dipersepsikan, semakin besar kemungkinan untuk digunakan. Dalam hal ini, rasa kemudahan penggunaan seseorang memiliki dampak yang lebih kuat pada keputusan mereka untuk membeli.³⁰

Menurut Alifatul dan Dwi mengemukakan ada sejumlah faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum menggunakan suatu sistem. Kemudahan adalah salah satunya. Salah satu faktor yang dipertimbangkan pembeli adalah kemudahan penggunaan; kemudahan adalah tingkat di mana teknologi digital dasar relatif mudah dipahami dan dioperasikan. Awalnya, calon pelanggan biasanya menghadapi tantangan, dan karena masalah keamanan dan kurangnya keahlian

²⁸ Muhammad Alfaris, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet),” *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 4, no. 2 (2023) h.67–74.

²⁹ Jogiyanto Hartono, *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* (Yogyakarta: BPFE, 2016).

³⁰ Mahyudin Ahmad, *Charting a Sustainable Future of ASEAN in Business and Social Sciences*, *Charting a Sustainable Future of ASEAN in Business and Social Sciences* (Springer Singapore, 2020) h.405.

teknologi, mereka sering membatalkan rencana mereka. Namun, beberapa calon pelanggan juga mengambil inisiatif untuk mencobanya setelah mengetahui cara memanfaatkannya.³¹

Dari pengertian yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang dapat menggunakan tanpa adanya pengorbanan yang berarti. Kemudahan menggunakan suatu sistem, jasa, ataupun barang secara efisien tanpa pengorbanan yang berarti. Kemudahan penggunaan sangat penting dalam pengembangan suatu produk terkhusus dalam aspek teknologi, karena dapat mempengaruhi kepuasan seseorang dalam menggunakan dan membeli suatu produk.

b. Aspek-Aspek kemudahan

Kemudahan Pengguna atau yang biasa disebut sebagai *Perceived Ease of Use* mempunyai beberapa aspek yang mendasari, yaitu:

- 1) Kemudahan Akses: Seberapa mudah pengguna dapat mengakses dan memulai penggunaan produk atau layanan³²
- 2) Antarmuka Pengguna: Desain antarmuka yang intuitif dan mudah dipahami, sehingga pengguna dapat berinteraksi tanpa kesulitan.
- 3) Efisiensi: Seberapa cepat dan efektif pengguna dapat menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka saat menggunakan produk.

³¹ Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan," *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2018) h. 701.

³² Mainatul Ilmi et al., "Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia," *Relasi : Jurnal Ekonomi* 16, no. 2 (2020): h. 440

- 4) Kepuasan Pengguna: Tingkat kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan pengguna saat menggunakan produk atau layanan.
- 5) Dukungan dan Bantuan: Ketersediaan sumber daya atau bantuan yang dapat membantu pengguna jika mereka mengalami kesulitan.³³

Aspek persepsi kemudahan penggunaan adalah berbagai dimensi atau komponen yang membentuk penilaian pengguna tentang seberapa mudah suatu teknologi aplikasi dapat dipelajari dan digunakan. Aspek-aspek ini merupakan elemen-elemen spesifik yang berkontribusi terhadap persepsi keseluruhan pengguna mengenai kemudahan penggunaan suatu sistem.

c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan

Terdapat faktor yang mempengaruhi kemudahan menggunakan teknologi diantaranya menurut Venkatesh:

- 1) *Computer Self-Efficacy* atau kemandirian diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri dalam menggunakan komputer atau teknologi informasi, bahkan tanpa bantuan orang lain. Persepsi individu terhadap kemampuannya sangat memengaruhi cara mereka bertindak, bertahan, dan menghadapi tantangan.
- 2) *Facilitating Conditions* atau kondisi yang memfasilitasi adalah persepsi seseorang bahwa tersedia infrastruktur teknis dan organisasi yang mendukung penggunaan teknologi. Ini mencakup akses terhadap perangkat keras, dukungan teknis, pelatihan, serta kebijakan yang mempermudah pengguna dalam mengadopsi sistem. Dalam praktiknya,

³³Adi Setiawan and Lisa Harry Sulistiowati, "Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam E-Business," *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 10, no. 2 (2018) h.182.

ketika seseorang merasa bahwa mereka didukung oleh lingkungan sekitarnya untuk menggunakan suatu sistem misalnya adanya bantuan panduan penggunaan, maka kemungkinan besar mereka akan menerima dan menggunakan teknologi tersebut dengan lebih baik.

- 3) *Computer Playfulness* adalah kecenderungan seseorang untuk menggunakan komputer atau teknologi secara spontan, antusias, dan menyenangkan. Ini merupakan bentuk motivasi intrinsik di mana seseorang menggunakan teknologi bukan karena terpaksa, tetapi karena mereka merasa senang saat menggunakannya.
- 4) *Usability* atau kegunaan merujuk pada kemudahan dan kenyamanan sistem saat digunakan oleh pengguna untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. *Usability* yang tinggi berarti sistem mudah dipahami, cepat dipelajari, navigasinya intuitif, minim kesalahan, dan membuat pengguna merasa puas.
- 5) *Perceived Enjoyment* adalah tingkat kesenangan atau kenikmatan yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu sistem, tanpa harus berkaitan dengan manfaat fungsionalnya. Jika seseorang menikmati pengalaman menggunakan karena prosesnya sederhana dan lancar maka hal ini akan meningkatkan kemungkinan mereka menggunakan sistem secara berkelanjutan dan merasa puas.³⁴

Faktor dipengaruhi berbagai aspek, internal meliputi seperti tingkat literasi teknologi pengguna atau kemandirian diri, pengalaman sebelumnya dengan

³⁴ Viswanath Venkatesh, "Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model," *Information Systems Research* 11, no. 4 (2000): 342–65.

teknologi serupa. Sementara faktor eksternal mencakup desain, dan bantuan yang tersedia, dukungan teknis, serta hal yang terkait sistem tersebut.

d. Indikator-Indikator kemudahan penggunaan

Menurut Davis persepsi kemudahan pengguna memiliki beberapa indikator-indikator yang meliputi:

- 1) Mudah untuk dipelajari. Mudah untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang tersebut melakukan menggunakan teknologi tersebut, maka orang akan langsung mengerti dan memahami. Sehingga tidak ada kesulitan dalam menggunakannya teknologi tersebut. Kemudahan dalam mempelajari akan memudahkan orang dalam penggunaan suatu teknologi.
- 2) Dapat dikontrol, yakni seseorang dapat mengontrol penggunaan sesuai dengan keinginannya. Dimana teknologi itu bisa mudah untuk dikontrol dalam pemakaiannya, seseorang mempunyai kendali dari teknologi yang digunakannya.
- 3) Jelas dan dapat dimengerti. Hal ini akan memudahkan pemakai untuk menggunakan dan mengoperasikan teknologi yang digunakannya. Seseorang tidak perlu terlalu memikirkan bagaimana cara kerja dari suatu sistem teknologi yang digunakannya, sebab dalam sistem tersebut telah dijelaskan secara ringkas detail cara pemakaiannya, bisa berupa teks, ataupun gambar yang mudah untuk dipahami
- 4) Mudah untuk menjadi mahir. Mahir di sini karena kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan teknologi tersebut, maka seseorang akan menjadi mahir dalam menggunakan teknologi tersebut secara

berulang ulang, Seseorang dapat menyelesaikan tahap-tahap yang terdapat di sistem tersebut dengan mudah tanpa usaha yang berat.

- 5) Fleksibel, bagaimana suatu sistem mampu beradaptasi dengan penggunaanya, Dalam hal ini suatu sistem teknologi mampu menyesuaikan dalam segi tampilan maupun fitur yang ada didalamnya, serta tidak membuat seorang pengguna merasa kesulitan.³⁵

Dapat disimpulkan indikator persepsi kemudahan penggunaan ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam berinteraksi dengan suatu sistem teknologi.

3. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

Menurut Suyanto ancaman seperti penipuan, pencurian identitas, dan serangan siber merupakan masalah utama bagi sebagian besar individu, sehingga keamanan menjadi faktor penting yang perlu diperhitungkan. Salah satu elemen terpenting dari sistem informasi adalah keamanan.³⁶

Dalam sistem berbasis informasi, ketika data itu sendiri tidak memiliki makna yang nyata, keamanan mengacu pada metode untuk mencegah atau setidaknya mengidentifikasi penipuan. Karena pentingnya nilai informasi, hanya individu tertentu yang sering kali dapat memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan. Kerugian bagi pemilik informasi dapat terjadi akibat informasi yang jatuh ke

³⁵ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39 h.331

³⁶ Suyanto, *Mengenal Dompot Digital di Indonesia* (Banten: CV. Aa Rizky, 2023) h.10.

tangan yang salah. Oleh karena itu, keamanan sistem informasi yang digunakan perlu dipastikan dalam batasan yang wajar.³⁷

Untuk meminimalisir rasa takut pelanggan tentang penyalahgunaan informasi pribadi dan transaksi data yang mudah rusak, jaminan keamanan memainkan peran penting dalam menumbuhkan rasa percaya diri. Pelanggan mungkin bersedia memberikan informasi pribadi dan melakukan pembelian dengan rasa aman jika tingkat jaminan keamanan sesuai dan dengan harapan mereka. Mayoritas teknologi internet berpusat pada keamanan. Pertimbangan utama saat menggunakan teknologi adalah keamanan. Ancaman yang menciptakan situasi, kondisi, atau peristiwa yang dapat menyebabkan, pengumpulan dan modifikasi data yang ilegal, penolakan layanan, penipuan, dan penyalahgunaan kekuasaan biasanya terkait dengan persepsi keamanan.³⁸

Kemampuan suatu sistem untuk menghentikan peretas dan penjahat dunia maya untuk menggunakan datanya secara tidak benar atau tanpa izin dikenal sebagai keamanan. Ketika seseorang mempercayakan penyimpanan datanya, keamanan adalah pertimbangan utama. Seseorang akan merasa puas jika suatu aplikasi menjamin keamanan data. Rasa aman ini dapat diartikan sebagai perasaan terlindungi ketika menggunakan suatu program, termasuk terhadap pelanggaran kata sandi dan ID pengguna.³⁹

³⁷ Rusdiana and Moch. Irfan, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: Penerbit : PUSTAKA SETIA, 2014) h.261.

³⁸ Genny Intan HR Sari, Riche Fermayani, and Romi Rianto Harapah, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Padang)” *Menara Ekonomi* VI, no. 2 (2020) h.3.

³⁹ A Wijoyo, S Fatimah, and Y Widiyanti, “Keamanan Data Dalam Sistem Informasi Manajemen: Risiko Dan Strategi Perlindungan,” *Teknobis: Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan* 1, no. 2 (2023) h.4.

Dari penjelasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan ialah suatu kepercayaan seseorang terhadap suatu sistem teknologi aplikasi untuk menyimpan data-datanya tanpa adanya kebocoran terhadap data tersebut. Keamanan juga diartikan sebagai pelindung terhadap suatu sistem teknologi. Kemampuan untuk mengatur dan melindungi data dari perubahan yang tidak semestinya atau penyalahgunaan dikenal sebagai keamanan.

b. Indikator-Indikator Keamanan

Menurut victor benny keamanan meliputi 3 aspek, yakni:

- 1) Kerahasiaan, dalam konteks keamanan informasi, kerahasiaan adalah perlindungan data dari akses atau pengungkapan yang tidak diinginkan kepada pihak yang tidak disetujui. Tujuan kerahasiaan adalah untuk menjamin bahwa hanya orang atau organisasi yang berwenang yang dapat mengakses atau memanfaatkan data sensitif, termasuk informasi pribadi.
- 2) Integritas, Mengenai keamanan informasi Mengacu pada pengamanan informasi dari perubahan yang tidak diinginkan, baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Hal ini menjamin bahwa selama siklus hidupnya, data akan tetap akurat dan komprehensif. Artinya tidak akan ada perubahan data yang terjadi jika tidak ada persetujuan dari pihak yang terkait atau pemilik dari data tersebut
- 3) Ketersediaan. Dalam konteks keamanan informasi, ketersediaan mengacu pada upaya memastikan bahwa data dan sistem terkait dapat diakses dan digunakan oleh orang yang berwenang setiap saat. Hal ini menyoroti betapa pentingnya menjamin bahwa sumber daya teknologi

informasi, termasuk data dan aplikasi, tersedia untuk operasi berkelanjutan tanpa gangguan.⁴⁰

Indikator persepsi keamanan adalah ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat rasa aman dan kepercayaan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu sistem, lingkungan, produk, atau layanan apakah pengguna merasa yakin bahwa informasi, data, atau aset mereka terlindungi dengan baik ketika menggunakan suatu sistem atau layanan.

4. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler ketika seseorang membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, mereka dapat menentukan apakah mereka puas atau kecewa. Setelah membandingkan perspektif atau kesan kinerja yang jauh dari harapan, konsumen merasa puas atau kecewa. Di sisi lain, jika kinerja melampaui harapan, sangat senang dan puas. Konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja yang dirasakan jauh dari harapan, puas jika kinerja memenuhi harapan, dan sangat puas jika kinerja melampaui harapan. Setelah produk dikonsumsi oleh pelanggan yang bersangkutan, kepuasan ini niscaya akan dirasakan.⁴¹

Menurut Aditya sentimen positif yang dimiliki pelanggan terhadap barang atau jasa yang mereka beli atau manfaatkan dari suatu bisnis atau organisasi disebut sebagai kepuasan. Hal ini melibatkan keselarasan harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan atau organisasi. Kepuasan pelanggan

⁴⁰ Victor Benny Alessius Pardosi et al., *Sistem Keamanan Informasi* (Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2024) h.6-12

⁴¹ Arman Syah, *Manajemen Pemasaran, Kepuasan Pelanggan* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) h. 111.

dapat tercapai jika pelanggan yakin bahwa barang atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka.⁴²

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan suatu perasaan konsumen dalam menggunakan produk ataupun sistem, yang berupa perasaan positif. Dapat dilihat melalui persepsi konsumen dalam menggunakan dan memakai suatu produk atau sistem tersebut, jika memudahkan atau melampaui dari persepsinya maka konsumen akan puas dengan penerapan sistem atau produk tersebut. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh berdasarkan pengalaman pembelian dan konsumsi dari waktu ke waktu. Kepuasan merupakan komponen dari strategi bisnis serta retensi pelanggan dan pembelian produk berulang.

b. Faktor Kepuasan

Khamdan Rifa'i mengemukakan beberapa faktor kepuasan yaitu, antara lain:

- a) Fungsionalitas fitur utama dari produk inti yang dibeli;
- b) Fitur atau manfaat tambahan, seperti fitur sekunder atau pelengkap
- c) Keandalan, atau kemungkinan minimal mengalami malfungsi atau kesusaan saat digunakan
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi, atau tingkat di mana karakteristik desain pengoperasian memenuhi standar yang telah ditentukan
- e) Daya tahan, atau lamanya waktu produk dapat digunakan
- f) Kemudahan, termasuk kecepatan, kompetensi, kenyamanan dan kemudahan penggunaan, dan penanganan keluhan yang memuaskan
- g) Estetika, atau daya tarik produk atau suatu layanan sistem

⁴²Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Jawa Tengah: CV Eureka Media Aksara, 2024) h.130

- h) Kualitas yang dipersepsikan, atau reputasi produk dan kewajiban perusahaan terhadapnya.⁴³

Adapun menurut Aditya ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan;

- a) *Price*. Faktor ini melibatkan keberhargaan dan manfaat yang diterima oleh pelanggan sehubungan dengan harga yang mereka bayar. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila harga yang dibayarkan sejajar dengan nilai atau manfaat yang diperoleh
- b) *Company Reputation*. Faktor ini melibatkan pandangan pelanggan terhadap citra atau reputasi perusahaan atau organisasi. Kepuasan pelanggan tercapai ketika mereka merasa puas dan bangga dengan keterkaitan mereka dengan perusahaan atau organisasi, serta memiliki keyakinan terhadap produk dan layanan yang disediakan
- c) *Trust*. Faktor ini melibatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan atau organisasi beserta kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan tercapai dengan kebutuhan pelanggan, serta memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.
- d) *Security*. Faktor ini mencakup keamanan dalam menggunakan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan dan perlindungan atas informasi pribadi pelanggan.⁴⁴

Faktor kepuasan penggunaan adalah elemen yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dalam berinteraksi dengan suatu layanan sistem, atau teknologi.

⁴³ Khamdan Rifa'i, *Kepuasan Konsumen* (Jawa Timur: UIN Khas Press, 2023) h.57

⁴⁴ Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen Di Era Digital* h.207.

c. Indikator Kepuasan

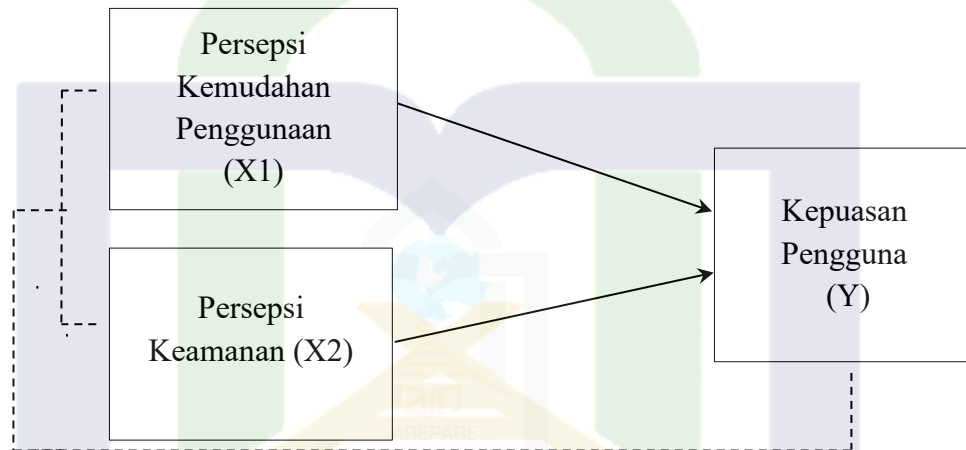
Melalui Meithiana menjelaskan beberapa Indikator-Indikator dari kepuasan:

- 1) Kesesuaian Harapan, adalah kondisi di mana sesuatu yang diterima atau dialami seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan sebelumnya. Jika kenyataannya lebih buruk dari harapan, terjadi ketidaksesuaian harapan (*disconfirmation negatif*) namun jika kenyataannya melebihi harapan, disebut (*disconfirmation positif*).
- 2) Berkunjung Kembali (*Reuse Intention*), adalah tindakan seseorang mengunjungi tempat yang sama untuk kedua kalinya atau lebih setelah kunjungan sebelumnya.
- 3) Merasakan kepuasan, adalah kondisi psikologis ketika seseorang merasa senang atau puas karena harapan, kebutuhan, atau keinginannya telah terpenuhi.
- 4) Kepuasan terhadap kualitas produk atau layanan adalah perasaan senang atau puas yang dirasakan oleh konsumen atau pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan, karena mutu atau kualitas yang diberikan sesuai atau melebihi harapan mereka.
- 5) Bersedia merekomendasikan, adalah ketika seseorang merasa bahwa mereka puas dengan layanan atau produk yang digunakannya maka akan merekomendasikannya.⁴⁵

⁴⁵ Meithiana Indrisari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: UP Unitomo Press, 2019) h. 92.

C. Kerangka Pikir

kerangka pikir itu merupakan gambar skema ataupun diagram dalam memperlihatkan hubungan ataupun pengaruh antar konsep atau variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini ingin melihat pengaruh persepsi konsumen dalam kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM di SPBU kota Parepare.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Keterangan : Berpengaruh secara persial (—————>)
 : Berpengaruh secara simultan (- - - - ->)

D. Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif diperlukan hipotesis untuk menguji hasil penelitian, tetapi melalui penelitian secara kualitatif maka hipotesis tidak begitu diperlukan. Adapun Hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- | | |
|-------|--|
| H_0 | :Persepsi kemudahan diduga tidak berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare |
| H_1 | :Persepsi kemudahan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare |
| H_0 | :Persepsi keamanan diduga tidak berpengaruh terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare |
| H_2 | :Persepsi keamanan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare |
| H_0 | :Persepsi kemudahan dan persepsi keamanan diduga tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM di Kota Parepare |
| H_3 | :Persepsi kemudahan dan persepsi keamanan diduga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare |

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode deskriptif kuantitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu objek penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan dengan sederhana atau apa adanya, tanpa melakukan analisis dan akhirnya ditarik kesimpulannya.⁴⁶ Pendekatan ini menggunakan metode statistik menggambarkan dan menghasilkan kesimpulan yang ada secara umum. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota Parepare.

Adapun jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu *field Research*. Menurut Deddy Mulyana⁴⁷ penelitian lapangan atau *field research* merupakan suatu jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya secara alami. Penggunaan *field research* dan pendekatan kuantitatif dapat membantu peneliti untuk berinteraksi dengan konsumen atau pelanggan dari SPBU kota parepare dan menguatkan data-data yang terkait pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di kota parepare.

⁴⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2019) h.14.

⁴⁷ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya)* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004) h.160.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare yang merupakan provinsi di Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian ini dilakukan di SPBU 74.911.54 Kota Parepare.

Penelitian ini dimulai dengan pra survey yang dilakukan pada bulan desember 2024 hingga Januari 2025 dan melakukan penelitian pada bulan Juni hingga Juli 2025. Pembagian kuesioner dilakukan sebagai metode pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang dapat dijadikan dasar dalam mendukung serta memperkuat hasil penelitian.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi atau kumpulan objek atau individu yang memiliki atribut tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti.⁴⁸ Jumlah temuan pengukuran kuantitatif dan kualitatif untuk seluruh kumpulan item dapat dipahami sebagai populasi. Populasi mencakup semua sifat atau hal yang dimiliki subjek atau item.⁴⁹ Adapun Populasi yang digunakan tidak diketahui jumlahnya, maka akan digunakan pada penelitian ini ialah masyarakat yang telah membeli BBM di SPBU kota parepare dengan menggunakan barcode BBM bersubsidi.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini jenis sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Priyono, yaitu penetapan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu jenis sampel yang menggunakan syarat untuk menjadi

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Cv Alfabeta, 2018) h.126.

⁴⁹ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020) h.11.

sampel.⁵⁰ Dalam hal ini adalah masyarakat yang mempunyai aplikasi MyPertamina dan membeli BBM di SPBU kota parepare menggunakan barcode BBM bersubsidi.

Karena populasi dalam penelitian ini belum diidentifikasi dan jumlah pasti orang yang melakukan pembelian tidak diketahui, maka rumus Lemeshow digunakan. Adapun rumus Lemeshow yaitu:⁵¹

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah

Z : Skor atau nilai dasar pada kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal estimasi atau variasi sampel yakni 23% = 0,23%

d : (Alpa) atau Tingkat kesalahan 10% = 0,10

Dengan menggunakan rumus lemeshow, maka besar sampel yakni :

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \times 0,23 (1-0,23)}{(0,10)^2} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,1771}{0,01} \\ &= \frac{0,6803}{0,01} = 68,03 \end{aligned}$$

Maka dapat diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 68,03 dibulatkan menjadi 70 responden. Penelitian ini memakai rumus dari

⁵⁰ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Zifatama Publishing, 2008) h.118.

⁵¹ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* h.13-

Lemeshow karena jumlah populasi yang ingin diteliti mengalami perubahan yang tidak pasti.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis yang digunakan yakni data kuantitatif digunakan. Data yang diukur dengan skala numerik atau dinyatakan sebagai angka dikenal sebagai data kuantitatif. Angka yang diterapkan pada ukuran satuan kuantitatif dari item penelitian yang diteliti dikenal sebagai data kuantitatif, melalui objek dan subjek dari penelitian yang ingin diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini digolongkan menjadi dua bagian, di dalam suatu penelitian dibutuhkan variabel-variabel penelitian yang asalnya dari subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian sebagai sumber data penelitian berasal dari variabel-variabel yang diteliti dapat berupa individu manusia atau responden, perusahaan, industri ataupun suatu daerah sedangkan objek penelitian merupakan masalah yang ingin diteliti.⁵² Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan dan langsung memberikan jawaban kepada peneliti dan dari orang yang bersangkutan dengan menggunakan metode pengumpulan data

⁵² Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022 h.67.

kuesioner, dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah data yang bersumber dari masyarakat kota parepare.

b. Data Sekunder

Informasi yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya dan telah mengalami pemrosesan disebut data sekunder. Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan, serta sumber lain yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang penting untuk memastikan bahwa hasil yang nantinya akan diperoleh sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Proses membuat dan meneliti suatu hal disebut observasi. Observasi non-partisipan, atau observasi yang tidak memerlukan pengumpulan informasi terperinci atau aktivitas yang memerlukan fokus dan pemahaman terhadap proses atau objek tertentu, adalah jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini, pengamat tanpa memengaruhi aktivitas subjek. Tujuannya adalah agar informasi yang dikumpulkan lebih tidak memihak.⁵³

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirimkan daftar pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang pertanyaannya telah mempunyai jawaban pilihan, yang nantinya dibagikan melalui sosial media

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015) h.145-146.

berupa google form. Pengisian kuesioner ini dilakukan oleh masyarakat di kota parepare yang telah melakukan pembelian BBM di SPBU dengan menggunakan barcode BBM bersubsidi.

2. Teknik Pengelolaan Data

Jenis yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup yang artinya pertanyaan dari kuesioner telah mempunyai jawaban yang diperlukan oleh responden. Teknik pengolahan data, merupakan pengelolaan data yang telah ada atau telah didapatkan.⁵⁴ Aplikasi SPSS Versi 26 merupakan metode pengelolaan data yang digunakan dalam penelitian ini. Aplikasi SPSS merupakan metode untuk memprediksi model dengan banyak variabel dan korelasi kolinear, yang akan menjelaskan pengaruh atau hubungan antara variabel yang diteliti.

F. Definisi Operasional Variabel

Salah satu instrumen pengukuran penelitian yang akan dilakukan adalah definisi operasional suatu variabel.⁵⁵ Variabel bebas atau variabel yang tidak terikat, yang menyebabkan perubahan pada variabel lain. Secara umum singkatan dari variabel independen yakni, huruf (X) dalam penelitian ini variabel yang menjadi variabel bebas, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) dan Persepsi Keamanan (X2).

Variabel tidak bebas atau variabel yang terikat; biasa disebut sebagai variabel dependen, variabel terikat merupakan akibat dari variabel bebas. Variabel tak bebas ini menjadi persoalan pokok bagi si peneliti, yang selanjutnya menjadi objek

⁵⁴ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasri Press (Banjarmasin: Antasari Press, 2011) h.90.

⁵⁵ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* h.56.

penelitian dengan lambang (Y) dalam penelitian ini variabel tidak bebasnya Kepuasan Pengguna (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi kemudahan penggunaan barcode BBM bersubsidi adalah pandangan masyarakat pengguna BBM subsidi di Kota Parepare terhadap sejauh mana penggunaan sistem barcode dalam pembelian BBM subsidi tidak menyulitkan saat digunakan dalam proses pengisian BBM di SPBU.	1. mudah dipelajari 2. dapat dikontrol 3. Jelas dan bisa dimengerti 4. Mudah menjadi mahir 5. Fleksibel (Davis, 1989)
2	Persepsi Keamanan	Persepsi keamanan adalah pandangan atau keyakinan pengguna terhadap sejauh mana penggunaan sistem barcode BBM bersubsidi dianggap aman dari risiko penyalahgunaan data	1. Kerahasiaan, 2. Integritas 3. ketersediaan (Victor Benny, 2024)

		dalam proses pembelian BBM subsidi di SPBU Kota Parepare.	
3	Kepuasan	kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau puas yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan sistem barcode BBM bersubsidi.	1. Kesesuaian Harapan 2. minat berkunjung Kembali 3. Merasakan kepuasan 4. Kepuasan terhadap produk atau layanan 5. Kesiediaan merekomendasikan (Meithiana, 2019)

Sumber :Data diolah, 2025

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian didasarkan untuk menjadi alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.⁵⁶ Penggunaan instrumen penelitian yang tepat akan menghasilkan data yang andal dalam menyampaikan temuan pengukuran jika diulang, serta keakuratan instrumen dalam mengukur subjek penelitian dan kapasitasnya untuk beradaptasi dengan perubahan faktor.⁵⁷

⁵⁶ Slamet Widodo, *Buku Ajar Metode Penelitian* ((Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct, 2023) h.70.

⁵⁷ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* h.57.

Dalam hal ini instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu kuesioner (angket) yang nantinya berisikan terkait hal-hal yang ingin diteliti.⁵⁸ Data pengukuran yang dapat diukur dari suatu variabel menggunakan serangkaian pedoman yang dikenal sebagai skala pengukuran.⁵⁹ Instrumen yang akan digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian yakni menggunakan skala likert yang berdasarkan pada 5 poin. lima alternatif jawaban menggunakan skala likert dengan skoring sebagai berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

PERNYATAAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Slamet dan Aglis, 2020

H. Teknik Analisis Data

Metode untuk memproses data agar mudah dipahami dan membantu memecahkan tantangan penelitian atau analisis data dikenal sebagai teknik analisis data. Didefinisikan bahwa analisis data adalah setelah data dikumpulkan dari setiap responden dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan serangkaian operasi pemrosesan yang akan menjawab rumusan dan hipotesis penelitian.

⁵⁸ Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner* (Malang: UB Press, 2018) h.19.

⁵⁹ Djaali and Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008) h.25.

1. Analisis Deskripsi

Metode ini digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan dan menjelaskan data yang telah terkumpul secara apa adanya dan membuat kesimpulan umum dan generalisasi.⁶⁰

2. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan yakni:

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid, seperti pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pernyataan pada kuesioner dapat menggambarkan suatu yang diukur dengan baik hal-hal yang ingin diteliti.⁶¹ Apabila saat r hitung $> r$ tabel maka akan dinyatakan valid, begitupun sebaliknya jika nilai r hitung $< r$ tabel maka akan dinyatakan tidak valid.⁶²

Uji validitas instrument dalam penelitian ini dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur dengan menggunakan program SPSS versi 26

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan dan handal. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalamnya konsisten atau

⁶⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2019) h.14

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* h.121

⁶² Sofyan Siregar, *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) h.77

stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat reabilitas suatu instrument pengukuran, semakin stabil juga alat pengukur tersebut. Untuk melakukan uji realibilitas, penelitian ini menggunakan rumus metode cronbach's Alpha. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila cronbach's Alpha $>0,60$.⁶³

Menurut Sugiyono, reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa jauh suatu instrument pengukur dapat dipercaya atau diandalkan, yaitu seberapa konsisten hasilnya jika pengukuran dilakukan berulang-ulang. Instrument pengukur dikatakan reliable jika memberikan hasil yang serupa meskipun pengukuran dilakukan setelah uji validitas data.⁶⁴

c. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah untuk menilai apakah model memenuhi kondisi BLUE (*Best Linear Unbiased Estimate*) atau tidak, yang menentukan validitas model. Pengujian kondisi BLUE melibatkan pencarian heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas⁶⁵

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan tersebut normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual yang berdistribusi normal. Salah satu metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* h.122

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* h.122-124

⁶⁵ Hartatik Andi Asri, *Pengantar Statistika, Ed. by Andi Asri* (Kota Solok, Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2023) h.129-130.

sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual* atau dengan uji *One sample Kolmogorov Smirnov*.

Menurut Ghozali, pengambilan keputusan mengenai uji normalitas menggunakan *probability plot*, jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau grafik histogram menunjukkan distribusi normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data tersebar jauh dari garis diagonal, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan distribusi yang normal, maka model regresi dianggap tidak memenuhi asumsi normalitas. Tes normalitas juga dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
 - b) Signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi secara normal.⁶⁶
- 2) Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu. Homoskedastisitas berarti varians dari error bersifat konstan (tetap) atau disebut juga identik. Kebalikannya, bila ternyata diperoleh kondisi varians error (atau Y) tidak identik,

⁶⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan menggunakan IBM SPSS 25* (Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) h.161

maka disebut terjadi kasus heteroskedastisitas. Uji yang digunakan yakni uji Scatter plot yaitu jenis grafik yang digunakan dalam statistik dan analisis data untuk menampilkan serta menganalisis antara variabel numerik.⁶⁷

3) Uji Multikolinieritas

Jika antar variabel-variabel independent dalam satu regresi terdapat hubungan linier maka hal itu disebut dengan Multikolinieritas. Tujuan dilakukan uji multikolinieritas ialah untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen maka model regresi tersebut baik. Multikolinieritas suatu model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Untuk menunjukkan ada tidaknya multikolonieritas model regresi adalah nilai $\text{tolerance} \geq 0.10$ atau nilai $\text{VIF} \leq 10,00$.⁶⁸

d. Uji Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis regresi dua prediktor untuk memprediksi variabel kriterion oleh dua variabel prediktor. Agar variabel prediktor dapat digunakan untuk memprediksi variabel kriterion, persyaratan yang harus dipenuhi adalah variabel prediktor harus mempunyai koefisien korelasi yang signifikan dengan variabel kriterion.⁶⁹

⁶⁷ Reza Mubarak, *Pengantar Ekonometrika Edisi Pertama*, 2021 h.42-44

⁶⁸ Aminatus Zahriyah and Others, *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Mandala Press, 2022) h.82

⁶⁹ Setyo Budiwanto, *Metode Statistika Untuk Mengelolah data* (Universitas Negeri Malang, 2017) h.104

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua variabel atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengamsumsikan adanya hubungan satu garis lurus linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.⁷⁰ Analisis regresi linear berganda memiliki fungsi untuk mencari pengaruh dari dua variabel independen (Pesepsi keudahan penggunaan dan persepsi keamanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan).⁷¹

Adapun persamaan dari analisis regresi linear berganda yaitu:

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

Keterangan:

Y	: Kepuasan menggunakan
a	: Elemen Konstanta
β_1	: Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan
β_2	: Koefisien regresi persepsi keamanan
X1	: Persepsi Kemudahan Penggunaan
X2	: Persepsi Keamanan
e	: Standar eror

e. Uji Hipotesis

1) Uji Statistik t (Persial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas independen secara individual dalam

⁷⁰ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss*, Ed. by Ardiani Ika, Semarang University Press (Semarang: Semarang University Press, 2012) h.13

⁷¹ Citra Savitri and Others, *Statistik Multivariat Dalam Riset*, Ed. by Iskandar Ahmaddien (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021)h.14

menerangkan variasi variabel dependen. Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas dapat digunakan *unstandardized coefficients* maupun *standardized coefficients* yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen.

Untuk menentukan signifikansi dampak variabel X terhadap variabel Y, digunakan uji parsial (uji-t). Uji ini menentukan sejauh mana setiap variabel independen berkontribusi terhadap penjelasan variabel dependen. Uji-t memiliki banyak kriteria, termasuk yang berikut, dan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%):

- a) Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen hingga tingkat parsial.
 - b) Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi dan variabel independen lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak memengaruhi variabel lainnya secara signifikan.⁷²
- 2) Uji Statistik F (Simultan)

Analisis varians, atau ANOVA, menilai signifikansi dampak beberapa faktor independen terhadap variabel dependen dengan menguji koefisien regresi secara bersamaan (uji F). Ambang signifikansi 0,05 digunakan dalam pengujian tersebut.

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015) h.162.

Ho: Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan

Ha: Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan.

a) Nilai signifikan < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan dari variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap variabel kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi.⁷³

3) Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur besarnya kontribusi variasi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 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 memprediksikan variasi variabel dependen.⁷⁴

⁷³ Reza Mubarak, *Pengantar ekonometrika, Edisi Pertama*.h.22

⁷⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan menggunakan IBM SPSS 25* h.97

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Karakteristik

Data informasi dalam penelitian yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 70 responden yang memenuhi persyaratan penelitian, yaitu mereka yang telah mendaftar dan menggunakan barcode BBM subsidi di Kota Parepare. Informasi pribadi seperti usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan terakhir, dan frekuensi penggunaan barcode BBM digunakan untuk menggambarkan data responden. Informasi tersebut ditampilkan dalam tabel berikut untuk memberikan gambaran yang lebih baik tentang karakteristik responden, sebagai berikut:

1) Karakteristik berdasarkan usia

Tabel 4.1 Klafikasi Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
21-30 Tahun	36	51%
31-40 Tahun	32	46%
40 Tahun keatas	2	3%
TOTAL	70	100%

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 70 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Sebanyak 36 responden dengan persentase 51% berusia antara 21-30 tahun, ada 32 responden dengan persentase 46% berusia antara 31-40 tahun dan sebanyak 2 responden dengan persentase 3% berusia 40 tahun keatas. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia antara 21-30 tahun.

2) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2 Klafikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	32	46%
Perempuan	38	56%
TOTAL	70	100%

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.2 memperlihatkan bahwa masyarakat yang menjadi responden adalah sebanyak 32 responden laki-laki atau 46% sedangkan perempuan yang menjadi responden sebanyak 38 responden atau 56%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini yang sebanyak 70 orang didominasi oleh perempuan.

3) Karakteristik berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3 Klafikasi Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	20	29%
Diploma (D1-3)	3	4%
Sarjana (S1)	45	64%
Magister (S2)	2	3%
Doktor (S3)	0	0%
TOTAL	70	100%

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 70 responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Sebanyak 20 orang responden dengan presentase 29% berada pada tingkat SMA, sedangkan sebanyak 3 responden dengan presentase 4% berada pada tingkat Diploma (D1-3), sebanyak 45 responden dengan presentase 64% berada pada tingkat pendidikan Sarjana (S1), sedangkan pada pendidikan Magister (S2) terdapat 2 responden dengan presentase 3%. Maka dapat disimpulkan bahwa

responden dalam penelitian ini didominasi oleh masyarakat dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1).

4) Karakteristik berdasarkan Frekuensi penggunaan barcode BBM

Tabel 4.4 Klafikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Barcode BBM

Frekuensi Penggunaan barcode BBM	Frekuensi	Presentase
1-2 kali	7	10%
3-4 kali	10	14%
Lebih dari 5 kali	53	76%
TOTAL	70	100%

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.4 yang telah diuraikan, maka dapat dilihat bahwa terdapat 70 orang yang menjadi responden pada penelitian ini, dimana terdapat 7 responden dengan presentase 10% yang menggunakan barcode BBM sebanyak 1-2 kali, terdapat 10 responden dengan presentase 14% orang yang menggunakan sebanyak 3-4 kali, sedangkan terdapat 53 responden dengan presentase 76% yang telah menggunakan sebanyak lebih dari 5 kali. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang menjadi sampel pada penelitian ini yang sebanyak 70 orang, diketahui frekuensi penggunaan barcode BBM responden didominasi lebih dari 5 kali dengan presentase sebesar 76%.

B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.

1. Analisis deskriptif persepsi kemudahan penggunaan.

Tabel 4. 5 Tabulasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

No.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor
		5	4	3	2	1	
1.	Saya mampu memahami cara membuat barcode BBM bersubsidi secara mandiri	3	33	26	6	2	239
		4.3%	47.1%	37.1%	8.6%	2.9%	100.0%
2.	Saya merasa dapat dengan cepat memahami proses pendaftaran barcode BBM bersubsidi	11	38	12	8	1	260
		15.7%	54.3%	17.1%	11.4%	1.4%	100.0%
3.	Saya merasa dengan mudah melakukan pendaftaran untuk mendapatkan barcode BBM bersubsidi	9	29	27	2	3	249
		12.9%	41.4%	38.6%	2.9%	4.3%	100.0%
4.	Saya merasa mudah dalam mendaftar serta menggunakan barcode BBM karena dapat mengontrol langkah-langkah yang saya inginkan tanpa mengikuti arahan yang sulit	11	36	15	7	1	259
		45.7%	51.4%	21.4%	10.0%	1.4%	100.0%
5.	Saya merasa petunjuk menggunakan barcode BBM bersubsidi dijelaskan dengan jelas dan mudah dimengerti	13	38	14	4	1	268

		18.6%	54.3%	29.0%	5.1%	1.4%	100.0%
6.	Informasi mengenai cara pendaftaran dan penggunaan Barcode BBM bersubsidi disampaikan dengan bahasa yang sederhana.	16	27	20	5	2	260
		22.9%	38.6%	28.6%	7.1%	2.9%	100.0%
7.	Saya memahami cara pendaftaran dan penggunaan barcode BBM bersubsidi dengan mudah	9	44	13	2	2	266
		12.9%	62.9%	18.6%	2.9%	2.9%	100.0%
8.	Saya merasa dengan cepat mahir dalam menggunakan barcode untuk membeli BBM bersubsidi.	10	39	19	0	2	265
		14.3%	55.7%	27.1%	0%	2.9%	100.0%
9.	Sistem ini mudah digunakan dan tidak membatasi cara saya membeli BBM bersubsidi	9	36	21	3	1	259
		12.9%	51.4%	30.0%	4.3%	1.4%	100.0%
10.	Pendaftaran dan Penggunaan dari Barcode BBM bersubsidi mudah diakses dari berbagai perangkat (misalnya HP Android, iOS, atau perangkat alat komunikasi lain sebagainya)	10 14.3%	45 64.3%	10 14.3%	2 2.4%	3 4.3%	267 100.0%

Sumber : Output SPSS Ver.26 (Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.5 Tabulasi jawaban responden variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 70 responden.

- a) Pada pernyataan pertama, terdapat 3 responden menjawab “Sangat Setuju”, 33 responden menjawab “Setuju”, 26 responden menjawab “Netral”, 6 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama sebanyak 239, dimana didominasi pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa responden mampu memahami cara membuat barcode BBM bersubsidi secara mandiri.
- b) Pada pernyataan kedua, terdapat 9 responden menjawab “Sangat setuju”, 38 responden menjawab “Setuju”, 12 responden menjawab “Netral”, 8 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua sebanyak 260, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju dapat dengan cepat memahami proses pendaftaran barcode BBM bersubsidi
- c) Pada pernyataan ketiga, terdapat 9 responden menjawab “Sangat Setuju”, 29 Responden menjawab “Setuju”, 27 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 3 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju” Total skor pada pernyataan ketiga 249, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa responden dengan mudah melakukan pendaftaran untuk mendapatkan barcode BBM bersubsidi.
- d) Pada pernyataan keempat, terdapat 11 responden menjawab “Sangat Setuju”, 36 responden menjawab “Setuju”, 15 responden menjawab “Netral”, 7 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 259, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa responden mudah dalam mendaftar serta

menggunakan barcode BBM karena dapat mengontrol langkah-langkah yang saya inginkan tanpa mengikuti arahan yang sulit.

- e) Pada pernyataan kelima, terdapat 13 responden menjawab “Sangat Setuju”, 38 responden menjawab “Setuju”, 14 responden menjawab “Netral”, 4 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kelima 268, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa petunjuk menggunakan barcode BBM bersubsidi dijelaskan dengan jelas dan mudah dimengerti.
- f) Pada pernyataan keenam, terdapat 16 responden menjawab “Sangat Setuju”, 27 responden menjawab “Setuju”, 20 responden menjawab “Netral”, 5 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keenam sebanyak 260, dimana didominasi pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa informasi mengenai cara pendaftaran dan penggunaan Barcode BBM bersubsidi disampaikan dengan bahasa yang sederhana.
- g) Pada pernyataan ketujuh, terdapat 9 responden menjawab “Sangat setuju”, 44 responden menjawab “Setuju”, 13 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketujuh sebanyak 266, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa responden memahami cara pendaftaran dan penggunaan barcode BBM bersubsidi dengan mudah.
- h) Pada pernyataan kedelapan, terdapat 10 responden menjawab “Sangat Setuju”, 39 Responden menjawab “Setuju”, 19 responden menjawab “Netral”, dan 2

responden menjawab “Sangat Tidak Setuju” Total skor pada pernyataan ini 265, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden dengan cepat mahir dalam menggunakan barcode untuk membeli BBM bersubsidi

- i) Pada pernyataan kesembilan, terdapat 9 responden menjawab “Sangat Setuju”, 36 responden menjawab “Setuju”, 21 responden menjawab “Netral”, 3 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ini 259, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa sistem ini mudah digunakan dan tidak membatasi cara membeli BBM bersubsidi
- j) Pada pernyataan kesepuluh, terdapat 10 responden menjawab “Sangat Setuju”, 45 responden menjawab “Setuju”, 10 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 3 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ini 341, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa pendaftaran dan penggunaan dari barcode BBM bersubsidi mudah diakses dari berbagai perangkat (misalnya HP Android, iOS, atau perangkat alat komunikasi lain sebagainya).

2. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Keamanan.

Tabel 4.6 Tabulasi Variabel Persepsi Keamanan (X2)

No.	Persepsi Keamanan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor
		5	4	3	2	1	
1.	Saya merasa MyPertamina menerapkan sistem keamanan data yang	11	28	27	2	2	254

	sesuai dengan standar perlindungan konsumen						
		15.7%	40.0%	38.6%	2.9%	2.9%	100.0%
2.	Saya merasa bahwa sistem barcode BBM bersubsidi menjaga privasi data diri saya dengan baik	11	40	14	3	2	265
		15.7%	57.1%	20.0%	4.3%	2.9%	100.0%
3.	Saya merasa percaya bahwa data pada barcode tidak dapat diubah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab	12	37	18	2	1	267
		17.1%	52.9%	25.7%	2.9%	1.4%	100.0%
4.	Saya merasa informasi pada barcode BBM bersubsidi sesuai dengan data saya sebagai pengguna	12	36	20	1	1	267
		17.1%	51.4%	20.6%	1.4%	1.4%	100.0%
5.	Saya merasa sistem barcode BBM bersubsidi mudah diakses kapan pun saya membutuhkannya.	11	33	23	3	1	263
		15.7%	45.7%	32.9%	4.3%	1.4%	100.0%
6.	Saya merasa jarang mengalami gangguan atau kegagalan sistem saat menggunakan barcode BBM.	11	43	13	3	0	272
		15.7%	61.4%	18.6%	4.3%	0%	100.0%

Sumber: Output SPSS Ver.26 (data diolah, 2025).

Berdasarkan tabel 4.6 Tabulasi jawaban responden variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 70 responden.

- a) Pada pernyataan pertama, terdapat 11 responden menjawab “ Sangat Setuju”, 28 responden menjawab “Setuju”, 27 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama sebanyak 254, dimana didominasi pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa MyPertamina menerapkan sistem keamanan data yang sesuai dengan standar perlindungan konsumen
- b) Pada pernyataan kedua, terdapat 11 responden menjawab “Sangat setuju”, 40 responden menjawab “Setuju”, 14 responden menjawab “Netral”, 3 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua sebanyak 265, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa sistem barcode BBM bersubsidi menjaga privasi data diri konsumen dengan baik
- c) Pada pernyataan ketiga, terdapat 12 responden menjawab “Sangat Setuju”, 37 Responden menjawab “Setuju”, 18 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju” Total skor pada pernyataan ketiga 267, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden merasa setuju bahwa responden percaya bahwa data pada barcode tidak dapat diubah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab
- d) Pada pernyataan keempat, terdapat 12 responden menjawab “Sangat Setuju”, 36 responden menjawab “Setuju”, 20 responden menjawab “Netral”, 1 responden

menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 267, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju informasi pada barcode BBM bersubsidi sesuai dengan data responden sebagai pengguna

- e) Pada pernyataan kelima, terdapat 11 responden menjawab “Sangat Setuju”, 32 responden menjawab “Setuju”, 23 responden menjawab “Netral”, 3 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kelima 263, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa sistem barcode BBM bersubsidi mudah diakses kapan pun dibutuhkan.
- f) Pada pernyataan keenam, terdapat 11 responden menjawab “Sangat Setuju”, 43 responden menjawab “Setuju”, 13 responden menjawab “Netral”, dan 3 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keenam 272, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa jarang terjadi gangguan atau kegagalan sistem saat menggunakan barcode BBM.

3. Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Menggunakan

Tabel 4.7 Tabulasi Variabel Kepuasan Menggunakan (Y)

No.	Kepuasan Menggunakan	SS	S	N	TS	STS	Total Skor
		5	4	3	2	1	
1.	Saya merasakan pengalaman baik saat menggunakan barcode BBM bersubsidi	3	32	29	4	2	240
		4.3%	45.7%	41.4%	5.7%	2.9%	100.0%

2.	Saya merasa barcode BBM sesuai dengan harapan saya dalam mempermudah pembelian BBM bersubsidi.	9	38	18	2	3	258
		12.9%	54.3%	25.7%	2.9%	4.3%	100.0%
3.	Saya merasa memiliki niat untuk terus menggunakan barcode dalam pembelian BBM.	9	40	17	2	2	237
		12.9%	57.1%	24.3%	2.9%	2.9%	100.0%
4.	Saya merasa ingin terus menggunakan sistem barcode di masa mendatang	8	46	14	1	1	269
		11.4%	65.7%	20.0%	1.4%	1.4%	100.0%
5.	Saya merasa pengalaman menggunakan barcode MyPertamina berjalan baik	14	37	15	2	2	269
		20.0%	52.9%	21.4%	2.9%	2.9%	100.0%
6.	Saya merasa secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman menggunakan sistem pembelian ini.	14	36	16	2	2	268
		20.0%	51.9%	22.9%	2.9%	2.9%	100.0%
7.	Saya merasa puas dengan layanan pembelian BBM melalui barcode MyPertamina	11	41	16	0	2	269
		15.7%	58.6%	22.9%	0%	2.9%	100.0%

8.	Saya merasa puas dengan sistem barcode BBM bersubsidi	12	39	16	1	2	268
		17.1%	55.7%	22.9%	1.4%	2.9%	100.0%
9.	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan barcode BBM kepada orang lain	9	39	19	2	1	263
		12.9%	55.7%	27.1%	2.9%	1.4%	100.0%
10.	Saya merasa sering menceritakan pengalaman positif saya menggunakan barcode kepada orang lain	6	30	33	1	0	251
		8.6%	42.9%	47.1%	1.4%	0%	100.0%

Sumber: Output SPSS Ver.26 (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.7 Tabulasi jawaban responden variabel Kepuasan Menggunakan (Y) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 70 responden.

- a) Pada pernyataan pertama, terdapat 3 responden menjawab “Sangat Setuju”, 32 responden menjawab “Setuju”, 29 responden menjawab “Netral”, 4 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama sebanyak 240, dimana didominasi pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa responden merasakan pengalaman baik saat menggunakan barcode BBM bersubsidi.
- b) Pada pernyataan kedua, terdapat 9 responden menjawab “Sangat setuju”, 38 responden menjawab “Setuju”, 18 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 3 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua sebanyak 258, dimana didominasi dengan

pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju barcode BBM sesuai dengan harapan dalam mempermudah pembelian BBM bersubsidi.

- c) Pada pernyataan ketiga, terdapat 9 responden menjawab “Sangat Setuju”, 40 Responden menjawab “Setuju”, 17 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju” Total skor pada pernyataan ketiga 237, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden memiliki niat untuk terus menggunakan barcode dalam pembelian BBM.
- d) Pada pernyataan keempat, terdapat 8 responden menjawab “Sangat Setuju”, 46 responden menjawab “Setuju”, 14 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 289, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa responden ingin terus menggunakan sistem barcode di masa mendatang
- e) Pada pernyataan kelima, terdapat 14 responden menjawab “Sangat Setuju”, 37 responden menjawab “Setuju”, 15 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kelima 269, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden banyak setuju bahwa pengalaman menggunakan barcode MyPertamina berjalan baik
- f) Pada pernyataan keenam, terdapat 14 responden menjawab “Sangat Setuju”, 36 responden menjawab “Setuju”, 16 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keenam sebanyak 268, dimana

didominasi pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa secara keseluruhan responden puas dengan pengalamannya menggunakan sistem.

- g) Pada pernyataan ketujuh, terdapat 11 responden menjawab “Sangat setuju”, 41 responden menjawab “Setuju”, 16 responden menjawab “Netral” dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketujuh sebanyak 269, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju responden merasa puas dengan layanan pembelian BBM melalui barcode MyPertamina.
- h) Pada pernyataan kedelapan, terdapat 12 responden menjawab “Sangat Setuju”, 39 Responden menjawab “Setuju”, 16 responden menjawab “Netral”, 1 responden menjawab “Tidak Setuju” dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju” Total skor pada pernyataan ini 268, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden merasa puas dengan sistem barcode BBM bersubsidi.
- i) Pada pernyataan kesembilan, terdapat 9 responden menjawab “Sangat Setuju”, 39 responden menjawab “Setuju”, 19 responden menjawab “Netral”, 2 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ini 259, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa responden bersedia merekomendasikan penggunaan barcode BBM kepada orang lain
- j) Pada pernyataan kesepuluh, terdapat 6 responden menjawab “Sangat Setuju”, 30 responden menjawab “Setuju”, 33 responden menjawab “Netral”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ini 251, dimana didominasi dengan pernyataan “Netral” artinya responden berada dalam keadaan tidak

setuju maupun setuju bahwa responden sering menceritakan pengalaman positif menggunakan barcode kepada orang lain

C. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Kabsahan Data

1) Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menghubungkan nilai setiap butir pertanyaan dengan total nilai variabel. Suatu item dianggap valid apabila jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel yang bernilai positif.

a) Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Variabel	Pernyataan	(r hitung)	R tabel	Nilai Sig	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	X1.1	0,719	0,2352	0.000	Valid
	X1.2	0,783		0.000	Valid
	X1.3	0,684		0.000	Valid
	X1.4	0, 717		0.000	Valid
	X1.5	0, 717		0.000	Valid
	X1.6	0, 810		0.000	Valid
	X1.7	0, 734		0.000	Valid
	X1.8	0, 667		0.000	Valid
	X1.9	0, 600		0.000	Valid
	X1.10	0, 712		0.000	Valid

Sumber :Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai didapatkan dari setiap pernyataan variabel X1 dapat dinyatakan valid. Dilihat dari nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel

b) Persepsi Keamanan

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
Persepsi Keamanan	X2.1	0,762	0,2352	0.000	Valid
	X2.2	0,692		0.000	Valid
	X2.3	0,691		0.000	Valid
	X2.4	0,565		0.000	Valid
	X2.5	0,738		0.000	Valid
	X2.6	0,669		0.000	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 4.6 yang telah diuraikan diketahui bahwa hasil pengujian validitas untuk variabel X2 Persepsi Keamanan dengan jumlah pernyataan sebanyak 6 dapat dinyatakan valid. Hal ini terlihat pada perbandingan nilai r hitung dan r tabel dimana nilai dari r hitung lebih besar daripada r tabel, maka dari itu dapat disimpulkan pernyataan-pernyataan variabel X2 Persepsi Keamanan dinyatakan valid.

c) Kepuasan Menggunakan

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
Kepuasan Penggunaan	Y1	0,815	0,2352	0.000	Valid
	Y2	0,701		0.000	Valid
	Y3	0,730		0.000	Valid
	Y4	0,626		0.000	Valid
	Y5	0,751*		0.000	Valid
	Y6	0,732		0.000	Valid
	Y7	0,728		0.000	Valid
	Y8	0,734		0.000	Valid

	Y9	0,747		0.000	Valid
	Y10	0,340		0.000	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat, pernyataan-pernyataan dari variabel Y Kepuasan Menggunakan, dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dari perbandingan antara r hitung dan r tabel dimana jika r hitung lebih besar daripada r tabel maka sebuah pernyataan dinyatakan valid, maka dapat disimpulkan pernyataan-pernyataan dari variabel Y Kepuasan Menggunakan semuanya dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah keandalan suatu instrument menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrument yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran (*error free*), sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagai item atau titik dalam instrument. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Standar nilai Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,6	0,894
Persepsi Keamanan		0,776
Kepuasan		0,881

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan pada tabel 4.8 dapat dilihat, bahwa nilai cronbach's Alpha pada setiap variabel lebih besar daripada nilai standar minimal dari cronbach's alpha, yang dimana pada Variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) memperoleh

nilai cronbach's alpha sebesar 0,894, Pada Variabel X2 (Persepsi Keamanan) diperoleh nilai sebesar 0,776 sedangkan pada Variabel Y (Kepuasan Menggunakan) diperoleh nilai sebesar 0,881 hal ini menggambarkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel dan handal, karena lebih besar daripada nilai minimal dari cronbach's alpha.

2. Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas data dilakukan untuk memeriksa apakah model regresi dari variabel dependen dan independen berdistribusi normal dengan melihat jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.10658734
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.039
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Output SPSS Ver.26 (Data diolah 2025)

Hasil uji keseluruhan menunjukkan bahwa persamaan tersebut berdistribusi secara normal. Hal tersebut dapat di perhatikan dari nilai Siq (2-tailed), yang lebih besar dari 0,05 yaitu $0,200 > 0,05$. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar *P-P plot of regression standardized residual* dibawah ini;



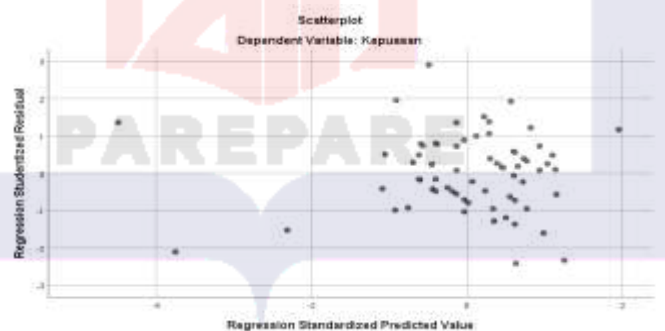
Gambar 4.1 Uji Normalitas (Uji-P plot of regression standardized residual)

Sumber: Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Berdasarkan pengujian P-P plot of regression standardized residual menunjukkan bahwa pengujian normalitas model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi yang telah dilakukan sebelumnya, karena data menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan Studentized Delete Residual nilai tersebut. Seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah:



Gambar 4.2 Hasil dari Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Grafik tidak menunjukkan pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa asumsi homoskedastisitas

telah terpenuhi dalam model penelitian ini. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi salah satu asumsi klasik yang sangat fundamental dalam analisis statistik. Disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas, atau dapat diartikan bahwa model penelitian yang digunakan sudah baik.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
	B	Std. Error			
(Constant)	5.717	2.604			
Persepsi Kemudahan	.237	.100	.263	.371	2.695
Persepsi Keamanan	1.012	.185	.608	.371	2.695

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber Output SPSS Ver.26 (Data diolah 2025)

Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,371, Persepsi Keamanan sebesar 0,371. Dari variabel dependen $0,371 > 0,10$ sehingga tidak menunjukkan terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Nilai VIF yang diperoleh yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan 2,695, Persepsi Keamanan sebesar 2,695 nilai VIF < 10,00 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan. Analisis ini digunakan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen dalam kasus di mana dua atau lebih variabel independen berfungsi sebagai indikator.

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Regresi linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.717	2.604		.032
	Persepsi Kemudahan	.237	.100	.263	.021
	Persepsi Keamanan	1.012	.185	.608	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber Output SPSS Ver.26 (Data diolah 2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan (Y)} = 5,717 + 0,237X_1 + 1,021X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi dari tabel tersebut, maka hasil regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai constant (a) dari persamaan regresi di atas sebesar 5,717 yang menyatakan jika Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan bernilai 0 (nol) maka Kepuasan bernilai 5,717
- Koefisien Persepsi Kemudahan Penggunaan bernilai positif signifikan menunjukkan adanya hubungan searah dengan Kepuasan. Nilai koefisiennya sebesar 0,237 sehingga dapat diartikan setiap kenaikan variabel Persepsi Kemudahan, setiap penambahan 1 nilai pada variabel maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 0,237 atau dalam persentase sebesar 23,7%

- c) Koefisien Persepsi Keamanan bernilai positif signifikan menunjukkan adanya hubungan searah Kepuasan. Nilai koefisiennya sebesar 1,021 sehingga dapat diartikan setiap kenaikan variabel Persepsi Keamanan, setiap penambahan 1 nilai pada variabel maka variabel Kepuasan akan naik sebesar 1,021 atau dalam persentase sebesar 102,1%

D. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji T ini bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis (H_a) diterima, artinya secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika tingkat signifikansi lebih besar $0,05$ maka hipotesis (H_a) ditolak, artinya secara parsial variabel independent tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Uji T (Persial)

Coefficients^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	5.717	2.604		2.196	.032
Persepsi_Kemudahan	.237	.100	.263	2.369	.021
Persepsi_Kemudahan	1.012	.185	.608	5.476	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Adapun untuk menetapkan nilai t tabel sebagai pembanding nilai t hitung maka digunakan rumus:

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

Dimana:

- a : 0,05 = tingkatanya 5%
 n : 70 (jumlah sampel)
 k : jumlah variabel independent

$$T \text{ Tabel} = 0,05/2 : 70-2-1$$

$$T \text{ Tabel} = 0,025 : 67$$

$$T \text{ Tabel} = 1,996$$

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Variabel X_1 Persepsi Kemudahan Penggunaan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 2,369 dengan T_{tabel} sebesar 1,996 maka diperoleh $T_{hitung} 2,369 > T_{tabel} 1,996$ dan nilai signifikansi 0,021 hal ini lebih kecil dari 0,05 dimana $0,021 < 0,05$ maka hipotesis (H_0) ditolak sedangkan (H_a) diterima. Artinya Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan
- b) Variabel X_2 Persepsi Keamanan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 5,476 maka diperoleh $T_{hitung} 5,476 > T_{tabel} 1,996$ dan nilai signifikansi diperoleh 0,000 hal ini lebih kecil dari 0,05 dimana $0,000 < 0,05$ maka hipotesis (H_0) ditolak sedangkan (H_a) diterima. Artinya Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan

2) Uji F

Uji simultan (F) bertujuan untuk mengetahui signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka (H_a) diterima. Artinya, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan variabel Persepsi Keamanan mempengaruhi secara simultan terhadap variabel Kepuasan Penggunaan.

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1504.675	2	752.337	75.696	.000 ^b
Residual	665.911	67	9.939		
Total	2170.586	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Adapun cara mendapatkan atau menentukan nilai F_{tabel} adalah, sebagai berikut:

$$DF1 = k \text{ atau Jumlah Variabel Bebas} = 2$$

$$DF2 = n - k - 1$$

$$= 70 - 2 - 1$$

$$= 67$$

$$= 3,13$$

Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 75.696 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ (lebih kecil dari pada 0,05) dan nilai F_{hitung} $75,696 > F_{\text{tabel}}$ 3,13 (lebih besar dari pada 3,13) maka hipotesis (H_a) diterima. Artinya variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan variabel Persepsi Keamanan secara simultan berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Penggunaan.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.693	.684	3.15261
a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan				
b. Dependent Variable: Kepuasan				

Sumber : Output SPSS Ver.26 (data diolah 2025)

Koefisien determinasi nilai (R^2) berdasarkan hasil output SPSS diperoleh adalah sebesar 0,684. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (X) yakni Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan secara simultan atau bersama-sama memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Penggunaan yakni sebesar 68,4%, sedangkan sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain selain dari Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi dipengaruhi oleh variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Disini akan membahas secara detail terkait dari hipotesis yang telah dikemukakan, sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan menggunakan barcode BBM Bersubsidi di Kota Parepare

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} untuk variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) adalah $T_{hitung} 2,369 > T_{tabel} 1,996$ sedangkan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ maka hipotesis (H_0) ditolak sedangkan (H_a) diterima. Artinya Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan. Artinya saat kemudahan penggunaan semakin meningkat yang dilihat mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dimengerti, serta mudah untuk menjadi mahir dalam mengoperasikannya, maka kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi akan meningkat, kemudahan penggunaan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Yusuf, Nurul Aulia Dewi, Nada Shofiatul Ula, and Alya Luthfi yang juga menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan.⁷⁵ Penelitian tersebut menyatakan apabila kemudahan penggunaan semakin meningkat yang ditunjukkan dengan prosesnya mudah dilakukan, dan penggunaan mudah memahami tampilan atau fitur maka kepuasan konsumen akan meningkat. Dapat dilihat juga pada hasil jawaban responden terkait dengan persepsi kemudahan penggunaan rata-rata responden menjawab “Setuju” terhadap indikator-indikator yang terdapat pada variabel persepsi kemudahan penggunaan yang menghasilkan penilaian yang positif terhadap sistem yang digunakannya.

Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rena Deliyana, Berlintina Permatasari, dan Dewi Sukmasari, yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan.⁷⁶

Konsumen akan jauh lebih puas dengan layanan jika mereka yakin sistem barcode BBM bersubsidi mudah digunakan. Temuan ini menawarkan dukungan bagi para pembuat kebijakan dan pelaksana untuk mengalokasikan perhatian yang cukup untuk peningkatan kemudahan kegunaan. memastikan keberhasilan program dan membantu mencapai tujuan kebijakan dengan meningkatkan kepuasan pengguna.

⁷⁵Abdul Yusuf et al., “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen OVO” 11, no. 1 (2021) h.54–63.

⁷⁶Deliyana, Permatasari, and Sukmasari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca.”h.5

Sasaran transformasi digital pemerintah harus memasukkan prinsip-prinsip kemudahan penggunaan ke depannya, terutama untuk melayani populasi dengan berbagai latar belakang dan tingkat kesiapan teknologi. Menurut teori dasar (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis, salah satu faktor utama yang memengaruhi adopsi dan kepuasan pengguna terhadap teknologi adalah rasa kemudahan penggunaan.

Dalam TAM, persepsi kemudahan penggunaan merupakan determinan yang signifikan tidak hanya terhadap *behavioral intention*, tetapi juga terhadap kepuasan pengguna. Konstruk ini mencerminkan evaluasi subjektif pengguna tentang seberapa mudah suatu teknologi dapat dipelajari, dipahami, dan dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Ketika sistem dipersepsikan mudah digunakan, pengguna cenderung lebih mudah mengenali dan mengapresiasi manfaat yang dapat diperoleh dari sistem tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan keseluruhan.

Ini juga sejalan dengan teori TAM2 yang telah dikembangkan oleh Vankatesh, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna teknologi.⁷⁷ Menurut Vankatesh persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi kepuasan melalui beberapa mekanisme seperti peningkatan efikasi diri yaitu jika sistem yang mudah digunakan membuat pengguna merasa lebih kompeten dan percaya diri dalam menggunakan teknologi maka perasaan kompetensi ini berkontribusi pada kepuasan begitupun pengalaman interaksi yang positif yaitu ketika kemudahan menciptakan

⁷⁷Venkatesh and Davis, "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies."h. 186

pengalaman yang lancar antar pengguna dan sistem hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan mereka dalam menggunakan sistem tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka disarankan agar Pertamina terus meningkatkan kemudahan dalam penggunaan sistem barcode BBM subsidi.

Peningkatan kemudahan dapat dilakukan dengan memberikan panduan yang jelas dan mudah dipahami mengenai cara penggunaan barcode, menyediakan petugas khusus untuk membantu pelanggan dalam proses pemindaian, serta memastikan sistem pemindai berfungsi dengan baik dan cepat dalam merespons. Selain itu, penambahan media informasi seperti banner, papan petunjuk, atau video tutorial di area SPBU juga dapat meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap proses penggunaan barcode.

2. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Keamanan diperoleh $T_{hitung} 5,476 >$ dari $T_{tabel} 1,996$ dengan nilai signifikansi $0,000$ yang dimana $0,000 < 0,05$ maka artinya hipotesis (H_a) diterima. Hal ini berartikan Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan. Ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya Nur Marhaendra dan Heri Mahyuzar, yang menemukan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi keamanan.⁷⁸ Menurut penelitian Chusna dan

⁷⁸Aditya Nur Marhaendra and Heri Mahyuzar, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kebumen," *Journal of Digital Business and Management* 2, no. 2 (2023) h.12.

Khairunnisa Tri Indriana, keamanan memiliki dampak positif yang besar terhadap kepuasan pelanggan.⁷⁹ Penelitian ini mendukung temuan mereka, yang menemukan bahwa ketika suatu aplikasi aman, pengguna akan merasa puas dan lebih nyaman menggunakannya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa, Pebiyanti dkk, yang menunjukkan bahwa kualitas informasi, persepsi keamanan, dan privasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam belanja online. Yang dimana, salah satu tujuan utama dari variabel-variabel tersebut adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan.⁸⁰ Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Keputusan terjadi karena adanya alternatif lain yang tersedia.⁸¹ Jika seseorang memutuskan untuk membeli maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasannya, Hal ini sejalan dengan hasil jawaban responden terkait dengan persepsi keamanan rata-rata responden menjawab “Setuju” terhadap indikator-indikator yang terdapat pada variabel persepsi keamanan yang menghasilkan penilaian yang positif terhadap sistem yang digunakannya

Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlina Mileniumiati, Edy Nursanta, dan Sitti Masitoh yang menemukan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan.⁸²

⁷⁹Chusnah and Khairunnisa Tri Indriana, “Pengaruh Kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan konsumen Fintech ”(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA),” *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2020) h.12.

⁸⁰Elsa Pebiyanti et al., “Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review),”.

⁸¹Arwin, *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro* (Cendekia Publisher, 2020) h.4

⁸²Nurlina Mileniumiati, Edy Nursanta, and Sitti Masitoh, “Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risikodan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Elektronik OVO,” *Jurnal Cahaya Mandalika (JCM)*, 2023 h.12.

Temuan ini berdampak pada kepercayaan publik terhadap pemerintah ataupun perusahaan untuk mengelola program ini secara terbuka dan bertanggung jawab. Pengguna akan semakin yakin terhadap program jika mereka yakin bahwa sistem barcode BBM aman dari penipuan. Kepercayaan ini kemudian akan berubah menjadi tingkat Kepuasan. Sejalan dengan teori oleh victor benny, yang mengemukakan keamanan meliputi beberapa aspek seperti kerahasiaan, integritas dan ketersediaan, jika keamanan suatu sistem memenuhi setiap aspek maka seseorang akan merasa puas dengan sistem tersebut.

Dalam TAM, kepuasan biasanya ditempatkan sebagai hasil akhir yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah persepsi keamanan. Persepsi keamanan sendiri merupakan faktor penting yang memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan bukan hanya faktor tambahan, melainkan hal penting yang mempengaruhi. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap *Perceived Usefulness* dapat dilihat ketika pengguna merasa sistem aman, mereka cenderung menganggap sistem tersebut lebih berguna. Sebaliknya, kekhawatiran keamanan dapat mengurangi persepsi kegunaan karena pengguna khawatir risiko penggunaan melebihi manfaat yang diperoleh yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan seseorang untuk menggunakan sistem.

Kepuasan pengguna muncul sebagai hasil dari pengalaman positif dalam menggunakan teknologi yang dipersepsikan aman. Hubungan ini membentuk siklus yang berkelanjutan, ketika pengguna merasa aman menggunakan teknologi, mereka cenderung lebih puas dengan pengalaman mereka. Kepuasan ini kemudian memperkuat sikap terhadap penggunaan yang positif. Dalam TAM2 persepsi

keamanan berperan sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap teknologi. Ketika pengguna merasa bahwa suatu sistem teknologi aman, baik dari segi keamanan data, privasi, maupun keandalan sistem hal ini akan meningkatkan persepsi kegunaan dan mengurangi *perceived risk*, yang berdampak pada kepuasan seseorang dalam menggunakan suatu sistem.

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, maka disarankan agar perusahaan khususnya Pertamina terus meningkatkan aspek keamanan dalam penggunaan barcode BBM subsidi.

Upaya peningkatan dalam persepsi keamanan ini dapat dilakukan dengan menjamin perlindungan data pribadi pelanggan yang tercantum dalam sistem barcode, selanjutnya memastikan sistem digital yang digunakan aman dari kebocoran informasi, serta menghindari penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, penyediaan informasi yang transparan kepada pelanggan terkait bagaimana data mereka digunakan dan dilindungi hal itu akan dapat meningkatkan rasa aman dalam menggunakan layanan barcode BBM yang akan berdampak pada tingkat kepuasan seseorang dalam menggunakan suatu sistem..

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan secara simultan Terhadap Kepuasan menggunakan Barcode BBM Bersubsidi di Kota Parepare

Hasil dari pengujian F (Simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 75.696 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,13 ($F_{hitung} 75,696 > F_{tabel} 3,13$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka hipotesis (H_a) diterima. Artinya variabel Persepsi

Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan. Adapun nilai R^2 yang diperoleh sebesar 0,684 atau secara persentase sebesar 68,4% yang mempunyai arti variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 68,4%, sedangkan 13,4% merupakan kontribusi yang bukan dari variabel yang diteliti (persepsi kemudahan dan persepsi keamanan). Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Darmayanti Lubis yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan. Penelitian tersebut menyatakan dalam hasil uji hipotesis membuktikan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan dalam memanfaatkan fasilitas yaitu faktor persepsi kegunaan, kemudahan dan, kemanan, secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan dalam menggunakan layanan.⁸³ Hal ini sejalan dengan hasil jawaban responden terkait dengan persepsi kepuasan rata-rata responden menjawab “Setuju” terhadap indikator-indikator yang terdapat pada variabel persepsi kepuasan yang menghasilkan penilaian yang positif.

Penelitian ini tidak sejalan dengan Paradisha, Amelia Setiawan dan Hamfri Djajadikerta, mereka menganalisis mediasi kepuasan tidak ada bukti bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan secara simultan langsung memengaruhi kepuasan secara bersamaan⁸⁴

⁸³Darmayanti Lubis, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking,” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2023).

⁸⁴S.M Paradisha, Amelia Setiawan, and Hamfri Djajadikerta, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking Dengan Minat Dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking dengan Minat dan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. April (2025) h.402

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan muncul dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan pelanggan.⁸⁵ Dalam penelitian ini ketika pelanggan merasa mudah dan aman dalam menggunakan sistem barcode BBM bersubsidi maka persepsi positif ini dapat meningkatkan kepuasan mereka untuk menggunakannya sistem barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare. Jika seseorang memutuskan untuk membeli berulang-ulang itu menjadi tanda jika orang tersebut puas dengan kinerja atau sesuai dengan harapan mereka dalam membeli ataupun mempergunakan sistem dengan baik, seperti yang terlihat pada penelitian yang dilakukan oleh Elmi, Gustini dan Charolina menemukan bahwa pelaksanaan QR barcode berpengaruh terhadap penjualan BBM, dimana pengaruhnya dalam kategori sangat baik.

Loyalitas pelanggan akan mempengaruhi kepuasannya dalam mempergunakan barang atau jasa, oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami apa yang benar-benar dibutuhkan oleh pelanggan mereka.⁸⁶

Dalam lingkup barcode BBM bersubsidi, pengaruh simultan menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling memperkuat satu sama lain untuk membentuk kepuasan pengguna. Sesuai dengan teori TAM, kemudahan penggunaan meningkatkan persepsi terhadap kegunaan sistem, yang pada akhirnya mendorong penerimaan dan kepuasan. Namun, apabila sistem mudah digunakan tetapi tidak aman, maka pengguna akan merasa ragu sehingga menurunkan tingkat kepuasan. Sebaliknya, sistem yang aman namun

⁸⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, (Jakarta : PT Prenhallindo,2002) h.40.

⁸⁶Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin and Akramunnas Akramunnas, “Baruan Pemasaran Dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Laa Maisyir : Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2020) h.59

sulit dioperasikan akan menimbulkan hambatan persepsi terhadap kemudahan, yang dapat memicu frustrasi dan keengganan untuk menggunakannya kembali.

Kelangsungan perusahaan ditentukan oleh tingkat penerimaan masyarakat terhadap aktivitas yang dijalankan, sejauh aktivitas tersebut selaras dengan nilai-nilai sosial. Karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa setiap tindakannya diterima masyarakat dan mencerminkan kepentingan umum.⁸⁷

Penggunaan barcode BBM bersubsidi, ketika pengguna merasa bahwa sistem mudah dioperasikan mulai dari proses pendaftaran akun, verifikasi identitas, hingga penggunaan untuk membeli BBM, mereka akan lebih cenderung menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan. Akan tetapi, kemudahan penggunaan saja tidak cukup. Pengguna juga perlu merasa yakin bahwa data pribadi mereka aman, tidak adanya kekhawatiran terhadap pihak yang tidak berwenang.

Dalam perspektif ekonomi syariah kepuasan memiliki keterikatan yang erat dengan prinsip keseimbangan, keadilan, dan keberkahan dalam transaksi serta pelayanan. Dalam ekonomi syariah, kepuasan tidak hanya dilihat dari terpenuhinya kebutuhan materi semata, tetapi juga dari aspek moral, dan sosial yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam ekonomi syariah, setiap bentuk pertukaran barang atau jasa harus dilakukan secara adil, transparan, dan tanpa penipuan agar semua pihak merasa puas. Kepuasan timbul bila tidak ada pihak yang dirugikan. Kepuasan tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan material, tetapi juga mencerminkan nilai moral dalam setiap

⁸⁷Trian Fisman Adisaputra and Fakhruddin Kurnia, "Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia," *YUME : Journal of Management* 4, no. 1 (2021) h.73.

aktivitas ekonomi. Penerapan sistem barcode dalam distribusi BBM bersubsidi merupakan bentuk inovasi digital yang bertujuan untuk menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan tepat sasaran. Dalam ekonomi islam semuanya harus sejalan dengan prinsip muamalah dalam Islam.⁸⁸

Salah satu tujuan utama penggunaan barcode BBM bersubsidi adalah untuk mencegah penyalahgunaan dan memastikan bahwa subsidi hanya diterima oleh pihak yang berhak. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan (*al-'adl*), yang menuntut distribusi sumber daya secara proporsional dan tidak merugikan pihak manapun. Allah SWT berfirman:

نَ اللَّهُ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

"Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat." (QS. An-Nahl: 90)⁸⁹

Ayat ini merupakan salah satu dasar dalam Al-Qur'an yang menegaskan pentingnya nilai keadilan, kebaikan, dan kepedulian sosial sebagai pilar utama dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Dalam konteks ekonomi syariah, ayat ini mengandung tiga prinsip kunci:

1. Perintah untuk berlaku adil. Allah mewajibkan keadilan dalam seluruh aktivitas ekonomi, termasuk dalam transaksi, distribusi kekayaan, serta kebijakan publik. Sistem ekonomi syariah menolak segala bentuk

⁸⁸ Arwin, *Ekonomi Makro Islam* (Makassar: Cendekia Publisher, 2022) h.1-2

⁸⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, 2019.

eksploitasi, penipuan, dan ketimpangan distribusi, serta menekankan keadilan sebagai sumber kepuasan dan keberkahan.

2. Anjuran untuk berbuat kebaikan. Berbuat baik mencakup tidak hanya sikap etis terhadap sesama, tetapi juga pelayanan terbaik dalam interaksi ekonomi. Dalam konteks pelayanan publik seperti subsidi BBM, prinsip ihsan menuntut pemerintah untuk menerapkan sistem yang efisien, transparan, dan memudahkan masyarakat.
3. Larangan kedzaliman dan permusuhan. Islam melarang segala bentuk praktik ekonomi yang merugikan orang lain. Sistem distribusi yang tidak adil, seperti penyalahgunaan subsidi, termasuk dalam bentuk kezaliman yang dikecam oleh syariat.

Melalui sistem barcode, pemerintah berusaha memastikan bahwa subsidi tidak disalahgunakan oleh oknum yang tidak berhak, sehingga tercipta keadilan sosial. Masyarakat yang memang layak menerima subsidi akan merasakan kepuasan, karena hak mereka dipenuhi dengan cara yang adil dan teratur.⁹⁰

Selain itu, sistem ini juga menegakkan kejujuran, salah satu prinsip utama dalam transaksi ekonomi Islam. Setiap pengguna diwajibkan mendaftarkan identitas dan kendaraannya dengan jujur agar bisa mengakses subsidi. Transparansi data dan proses digital ini mendorong pelaku ekonomi untuk bersikap amanah dan menjauhi tindakan curang.⁹¹

Dengan berjalannya sistem ini, masyarakat tidak hanya puas karena mendapatkan haknya, tetapi juga merasa lebih percaya terhadap sistem yang

⁹⁰Hariashari Rahim, "Sosiolog: Kebijakan Subsidi Tepat Dorong Pencapaian Keadilan Sosial," *Harian Fajar*. By Fajar Co.Id, 2024 h.1 (Diakses 17 Juli 2025)

⁹¹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001) h.102

bersifat adil dan jujur. Kepuasan dalam konteks ini merupakan muamalah yang sesuai syariat tidak mengandung unsur penipuan, kedzaliman, atau manipulasi. Islam menetapkan nilai-nilai etika yang harus dijunjung dalam aktivitas bisnis, termasuk dalam setiap bentuk kegiatan ekonomi yang dijalankan.⁹²

Bidang ekonomi islam menjadi fondasi membangun masyarakat, sistem sosial yang didasarkan atas kesamaan dan keadilan serta hak milik yang ditempatkan di tangan rakyat, demi kebangkitan kembali sistem ekonomi yang berasaskan kemasyarakatan.

Dari sudut pandang ekonomi syariah, kepuasan pengguna barcode BBM bersubsidi menjadi indikator bahwa sistem tersebut telah berjalan sesuai dengan maqashid syariah, khususnya dalam menciptakan kemaslahatan umum. Sistem ini mendukung tata kelola subsidi yang efisien, berkeadilan, dan berorientasi pada kesejahteraan umat.

⁹²An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, IAIN Parepare Nusantara Press, 2022 h.161.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan Barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare dalam hal ini dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 2,369 >$ dari $T_{tabel} 1,996$ dan nilai signifikansi $0,021 > 0,05$. Dengan demikian, berarti bahwa semakin mudah sistem barcode dipersepsikan mulai dari mudah digunakan dapat dikontrol oleh pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, jika sistem dianggap rumit atau sulit digunakan, kepuasan pengguna akan menurun.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan menggunakan BBM bersubsidi di Kota Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 5,476 >$ dari $T_{tabel} 1,996$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, bahwa semakin masyarakat merasa aman dalam hal ini tidak terjadi penyalagunaan ataupun penipuan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya jika sistem dianggap tidak aman, adanya kekhawatiran terkait data maka kepuasan akan menurun.

3. Hasil Penelitian variabel bebas Persepsi Kemudahan Penggunaan dan persepsi keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare. Dengan nilai F_{hitung} sebesar $75.696 > F_{Tabel} 3,13$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel ini secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,684 menunjukkan bahwa dalam presentase 68,4% variasi kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare dapat dijelaskan oleh variabel-variabel ini, sementara sisanya 13,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

B. SARAN

1. Bagi Pemerintah diharapkan untuk mengevaluasi program barcode BBM bersubsidi dalam aspek kemudahan penggunaan dan keamanan dimana kedua hal tersebut sangat penting dan harus mempertimbangkan kedua aspek ini secara seimbang. Dari kedua aspek ini Program BBM bersubsidi dapat mencapai tujuannya untuk memberikan layanan yang tidak hanya efektif dari segi kebijakan, tetapi juga kepuasan dari perspektif pengguna akhir.
2. Bagi Pemerintah dan Perusahaan, diharapkan dapat mengevaluasi sistem agar lebih mudah dan aman. Dikarenakan karakteristik demografis yang memiliki masyarakat mempunyai tingkat literasi digital yang beragam. Pengguna BBM bersubsidi terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari generasi yang sudah familiar dengan teknologi digital hingga mereka yang masih memerlukan adaptasi terhadap teknologi.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya: Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan menambahkan variabel-variabel yang lebih luas seperti pengaruhnya terhadap penjualan, keputusan pembelian, ataupun yang lainnya. Selain itu, sampel yang lebih besar dapat digunakan untuk memperoleh hasil. Variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini juga dapat dieksplorasi untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Al-Karim.

- Addury, Multazam Mansyur, Sunu Prasetya Adi, Nur Hishaly GH, and Dian Resky Pangestu. "Technology Acceptance Model Analysis on the Students' Intention for Islamic Philantropy in Yogyakarta." *Diktum: Jurnal Syariah Dan Hukum* 20, no. 1, 2022.
- Adisaputra, Trian Fisman, and Fakhruddin Kurnia. "Pengaruh Islamic Social Reporting (Isr) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia." *Yume: Journal of Management* 4, no. 1, 2021.
- Ahmad, Mahyudin. *Charting a Sustainable Future of ASEAN in Business and Social Sciences. Charting a Sustainable Future of ASEAN in Business and Social Sciences*. Springer Singapore, 2020.
- Alfaris, Muhammad. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet)." *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 4, no. 2, 2023.
- Algoritma Team. "Harga BBM?" *Algoritma News*, 2023. (diakses pada Januari 2025)
- Aminatus Zahriyah et.al.,. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Mandala Press, 2021.
- Apriyanda, Abdul Aziz, and Harti. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, Dan Kredibilitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna E-Wallet Dana." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 6, no. 1, 2022.
- Arwin, *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro*. Makassar: Cendekia Publisher, 2020.
- Arwin, *Ekonomi Makro Islam*. Makassar: Cendekia Publisher, 2022.
- Arwin, Sutrisno, and Nurfitriani. "Dampak Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak Terhadap Elastisitas Permintaan Sembako Di Pasar Segiri Kota Samarinda." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 4, no. 1, 2023.
- Asri and Hartatik Andi. *Pengantar Statistika, Ed. by Andi Asri*. Kota Solok, Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Budiwanto Setyo. *Metode Statistika: Untuk Mengolah Data. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang 2017*, 2017.

- Citra Savitri et.al. *Statistik Multivariat Dalam Riset*, Ed. by Iskandar Ahmaddien. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Chantika et.al. “Pengaruh Pelaksanaan Qr Barcode My Pertamina Terhadap Penjualan Bbm.” *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara* 3, no. 1, 2024.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3, 1989.
- Djaali, and Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Doddy Adrisal Putra, and Diana Triwardhani. “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Kota Solok.” *Journal of Young Entrepreneurs* 2, no. 2, 2020.
- Gitasela, et.al. “Analisis Resepsi Khalayak Tentang Aplikasi Mypertamina (Studi Pada Masyarakat Kota Bengkulu).” *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 2, no. 3, 2023.
- Hariashari Rahim, Sosiologi: Kebijakan Subsidi Tepat Dorong Pencapaian Keadilan Sosial. *Harian Fajar*, By. Fajar Co.id (diakses 17 Juli 2025).
- Hartono, Jogyianto. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE, 2016.
- Ilmi, et.al. “Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia.” *Relasi : Jurnal Ekonomi* 16, no. 2, 2020.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan menggunakan IBM SPSS 25* Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Indrisari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UP Unitomo Press, 2019.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss*, Ed. by Ardiani Ika, Semarang University Press. Semarang: Semarang University Press, 2012.
- Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, and Masita. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Kencana, Maulandy Rizky Bayu. “BPH Migas Pantau Konsumsi BBM Subsidi 3,4 Juta

- Pengguna MyPertamina, 2023. (diakses pada Oktober 2024).
- Lubis, Darmayanti. “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking.” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 2, 2023.
- Marhaendra, Aditya Nur, and Heri Mahyuzar. “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kebumen.” *Journal of Digital Business and Management* 2, no. 2, 2023.
- Mileniumiati, Nurlina, Edy Nursanta, and Sitti Masitoh. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risikodan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Elektronik Ovo.” *Jurnal Cahaya Mandalika (JCM)*, 2023.
- Mubarak, Reza. *Pengantar Ekonometrika Press Edisi Pertama*, 2021.
- Muhammad Ibrahim, Rizky, and Nadya Novandriani Karina Moeliono. “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen Pada My Pertamina (Studi Pada Penggunaan My Pertamina Kota Bandung).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA* 4, no. 2, 2020
- Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* Gema Insani, 2001
- Muliawati, Firda Dwi. “Beli BBM Pakai QR Code, Begini Penjelasan Menteri ESDM.” *Cnbcindonesia.Com*, 2023. (Diakses pada Februari 2025)
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Nubatonis, Jeanet Putri Shintya, Fransina W. Ballo, and Novi Theresia Kiak. “Implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Untuk Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Di Kota Kupang).” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 2, no. 2, 2024
- Nugroho, Eko. *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB Press, 2018.
- Oktaviana, and Mala Fransisca. “Pengaruh Social Marketing Campaign Terhadap Keputusan Konsumen Bertransaksi Menggunakan Aplikasi MyPertamina Di Pontianak.” *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura* 5, no. 1, 2021
- Paradisha S.M, Amelia Setiawan, and Hamfri Djajadikerta, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna

Mobile Banking Dengan Minat Dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking Dengan Minat dan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi,” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2025

Pardosi, Victor Benny Alexsius, Bernadete Deta, Fifto Nugroho, and Arnes Yuli Vandika. *Sistem Keamanan Informasi*. Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2024.

Pebiyanti, Elsa, Achmad Fauzi, Tsamara Husniyyah, Sarah Intan Tasia, Zhakila Sutendi, and Anisa Elsa Vitri. “Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna Belanja Online (Literature Review).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4, no. 5, 2023

Pemerintah Republik Indonesia. Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 191 Tahun 2014 tentang Penyediaan, Pendistribusian dan Harga Jual Eceran Bahan Bakar Minyak, 205 Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 191 Tahun 2014 tentang Penyediaan, Pendistribusian dan Harga Jual Eceran Bahan Bakar Minyak.

Permatasari, Berlentina. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca.” *Journals of Economics and Business* 2, no. 2, 2022.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing, 2008.

Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Cv. Wade Group, 2016.

Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasri Press. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.

Rifa’i, Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. Jawa Timur: UIN Khas Press, 2023.

Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.

Romadloniyah, Alifatul Laily, and Dwi Hari Prayitno. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan.” *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3. 2018.

Rusdiana, and Moch. Irfan. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Penerbit : Pustaka Setia, 2014.

Sari, Genny Intan Hr, Riche Fermayani, and Romi Rianto Harapah. “Analisis Pengaruh

- Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Padang).” *Menara Ekonomi* VI, no. 2, 2020
- Sari, Nandya Eka, and Teddy Oswari. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia.” *Creative Research Management Journal* 3, no. 2, 2020
- Selma, Aulia, and Maulana Aditya. “Kenali Perbedaan BBM Subsidi Dan Non-Subsidi.” *Kompas*, 2024. (Diakses pada Februari 2025)
- Setiawan, Adi, and Lisa Harry Sulistiowati. “Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Dalam E-Business.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 10, no. 2, 2018
- Setyowati, Eni. “Teknologi Dan Pertumbuhan Ekonomi.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 2, no. 2, 2020
- Sfenrianto, Tendi Wijaya, and Gunawan Wang. “Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors in the E-Marketplace.” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 13, no. 2, 2018
- Sofyan Siregar, *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Tindakan*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suyanto. *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. Banten: Cv. Aa Rizky, 2023.
- Syah, Arman. *Manajemen Pemasaran, Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi, and Akramunnas Akramunnas. “Baruan Pemasaran Dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Laa Maisyir : Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2020): 396–406.
- Toraman, Yavuz, and Barış Batuhan Gecit. “User Acceptance of Metaverse: An Analysis for e-Commerce in the Framework of Technology Acceptance Model

(Tam).” *Sosyoekonomi* 31, no. 55, 2023

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 Tentang Minyak dan Gas Bumi.

Venkatesh, Viswanath. “Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model.” *Information Systems Research* 11, no.4, 2000

Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis. “Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.” *Management Science* 46, no. 2, 2000

Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Jawa Tengah: CV Eureka Media Aksara, 2024

Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Malang:: CV Seribu Bintang, 2022.

Widodo, Slamet. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct, 2023

Wijoyo, A, S Fatimah, and Y Widiанти. “Keamanan Data Dalam Sistem Informasi Manajemen: Risiko Dan Strategi Perlindungan.” *Teknobis : Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan* 1, no. 2, 2023

Wisnubroto, Kristantyo. “Praktis Dan Tepat Sasaran. Membeli Menggunakan QR Code.” *Indonesia Go.Id Portal Informasi Indonesia*, 2024 (diakses pada februari 2025)

Yusuf, Abdul, Nurul Aulia Dewi, Nada Shofiatul Ula, and Alya Luthfi. “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo” *Jurnal Manajemen* 11, no. 1, 2021



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

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

Nama : Aulia Ramadhani Burhanuddin

Nim : 2120203860202013

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare.

KUESIONER PENELITIAN**I. Identitas Responden**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi data responden dan berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia yang

Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan jujur dibawah ini:

Nama atau Inisial :

Usia : ☐ 21-30 Tahun ☐ 31-40 tahun ☐ 40 tahun keatas

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA

☐ Diploma (D1-3)

☐ Sarjana (S1)

☐ Magister (S2)

☐ Doktor (S3)

Apakah anda pernah membeli BBM di SPBU kota Parepare : ☐ Iya ☐ Tidak

Apakah anda telah melakukan Pendaftaran dan menggunakan barcode dalam pembelian BBM bersubsidi : ☐ Iya ☐ Tidak

Berapa kali anda telah menggunakan barcode dalam pembelian BBM bersubsidi:

☐ 1-2 kali ☐ 3-4 kali ☐ lebih dari 5 kali

II. Petunjuk Pengisian

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan untuk Bapak/Ibu/Saudara (i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan pilihan jawaban dibawah ini:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) =4

Netral (N) =3

Tidak Setuju (TS) =2

Sangat Tidak Setuju (STS) =1

III. DAFTAR-DAFTAR PERTANYAAN

Persepsi Kemudahan

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mampu memahami cara membuat barcode BBM bersubsidi secara mandiri					
2	Saya merasa dapat dengan cepat memahami proses pendaftaran barcode BBM bersubsidi					
3	Saya merasa dengan mudah melakukan pendaftaran untuk mendapatkan barcode BBM bersubsidi					
4	Saya merasa mudah dalam mendaftar serta menggunakan barcode BBM karena dapat mengontrol langkah-langkah yang saya inginkan tanpa mengikuti arahan yang sulit					
5	Saya merasa petunjuk menggunakan barcode BBM bersubsidi dijelaskan dengan jelas dan mudah dimengerti					
6	Informasi mengenai cara pendaftaran dan penggunaan Barcode BBM bersubsidi disampaikan dengan bahasa yang sederhana.					
7	Saya memahami cara pendaftaran dan penggunaan barcode BBM bersubsidi dengan mudah					
8	Saya merasa dengan cepat mahir dalam menggunakan barcode untuk membeli BBM bersubsidi.					
9	Sistem ini mudah digunakan dan tidak membatasi cara saya membeli BBM bersubsidi					
10	Pendaftaran dan Penggunaan dari Barcode BBM bersubsidi mudah diakses dari berbagai perangkat (misalnya HP Android, iOS, atau perangkat alat komunikasi lain sebagainya)					

Persepsi Keamanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa MyPertamina menerapkan sistem keamanan data yang sesuai dengan standar perlindungan konsumen					
2	Saya merasa bahwa sistem barcode BBM bersubsidi menjaga privasi data diri saya dengan baik					

3	Saya merasa percaya bahwa data pada barcode tidak dapat diubah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab					
4	Saya merasa informasi pada barcode BBM bersubsidi sesuai dengan data saya sebagai pengguna					
5	Saya merasa sistem barcode BBM bersubsidi mudah diakses kapan pun saya membutuhkannya.					
6	Saya merasa jarang mengalami gangguan atau kegagalan sistem saat menggunakan barcode BBM.					

Kepuasan

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasakan pengalaman baik saat menggunakan barcode BBM bersubsidi					
2	Saya merasa barcode BBM sesuai dengan harapan saya dalam mempermudah pembelian BBM bersubsidi.					
3	Saya merasa memiliki niat untuk terus menggunakan barcode dalam pembelian BBM.					
4	Saya merasa ingin terus menggunakan sistem barcode di masa mendatang					
5	Saya merasa pengalaman menggunakan barcode MyPertamina berjalan baik					
6	Saya merasa secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman menggunakan sistem pembelian ini.					
7	Saya merasa puas dengan layanan pembelian BBM melalui barcode MyPertamina					
8	Saya merasa puas dengan sistem barcode BBM bersubsidi					
9	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan barcode BBM kepada orang lain					
10	Saya merasa sering menceritakan pengalaman positif saya menggunakan barcode kepada orang lain					

Lampiran 2 : Data Responden

DATA RESPONDEN

No	Nama atau inisial	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan terakhir	Frekuensi Penggunaan barcode BBM
1	anto	21-30 tahun	Laki-laki	SMA	lebih dari 5 kali
2	Muhammad Putra	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	3-4 kali
3	ramdhani	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
4	Indahsari	31-40 tahun	Perempuan	SMA	1-2 kali
5	Suriani	31-40 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
6	Fitri	20-30 tahun	Perempuan	SMA	1-2 kali
7	AD	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
9	St. Hajar Putri	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
11	AL	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
12	Firman	20-30 tahun	Laki-laki	SMA	lebih dari 5 kali
13	Saleh	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
14	Fitri	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
15	Nirmanana	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	3-4 kali
16	Muh. Firmansyah	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	1-2 kali
17	Dina	20-30 tahun	Perempuan	Diploma (D1-3)	lebih dari 5 kali
18	Rahman	40 tahun keatas	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
19	Hasnawati	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	3-4 kali
20	Indra	31-40 tahun	Laki-laki	SMA	lebih dari 5 kali
22	ML	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
23	Mamang	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
24	Amirulla	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
25	Nursamsila	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	1-2 kali

26	Sulfa	31-40 tahun	Perempuan	Magister (S2)	lebih dari 5 kali
27	Syamsinar	20-30 tahun	Perempuan	SMA	3-4 kali
28	Darmawan	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
29	Muhammad Firman	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
30	nadia	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
31	Ibnu	20-30 tahun	Laki-laki	SMA	lebih dari 5 kali
32	muhammad qodri	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
33	Nur Nabila	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
34	AAN	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
35	Marwan	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
36	dwiki	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
37	Indana sulfa	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
38	Rara	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
39	Ismayanti	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
40	Kairuddin	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
41	Mina	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
42	Talita	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
43	Magfirah	20-30 tahun	Perempuan	Diploma (D1-3)	3-4 kali
44	Fatir	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
45	Arham	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
46	rihana	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
47	Husnul Khatimah	20-30 tahun	Perempuan	SMA	3-4 kali
48	Hidayatullah	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali

49	Muhajirin	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
50	AF	20-30 tahun	Perempuan	Diploma (D1-3)	lebih dari 5 kali
51	Andriyani	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
52	Muhammad Ilham	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
53	Baharuddin	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
54	Basri	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
55	Rahmatul asri	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
56	Riri Merdianti	31-40 tahun	Perempuan	Magister (S2)	lebih dari 5 kali
57	Faisal	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
58	Rahmat Oktavian	20-30 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
59	dewi sukmadian	20-30 tahun	Perempuan	SMA	lebih dari 5 kali
60	Hartina	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	3-4 kali
61	Herdianti Bahar	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
62	Marhani	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
63	Dilla	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
64	Mediana	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	3-4 kali
65	Febi	31-40 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	1-2 kali
66	Najwa	20-30 tahun	Perempuan	Sarjana (S1)	1-2 kali
67	Aulia Sari	20-30 tahun	Perempuan	SMA	1-2 kali
68	Jamal	40 tahun keatas	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
69	Nurdin	31-40 tahun	Laki-laki	Sarjana (S1)	lebih dari 5 kali
70	Fahrul Adam	20-30 tahun	Laki-laki	SMA	lebih dari 5 kali

Lampiran 3 : Deskripsi Jawaban Responden

a) Jawaban Responden untuk Variabel X1 (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Persepsi Kemudahan Penggunaan X1											
N O	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1.1 0	Tota l
1	2	4	4	1	4	1	5	5	3	1	30
2	2	4	3	4	4	3	3	4	3	2	32
3	1	2	2	3	2	2	3	3	4	4	26
4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	37
5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
7	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	17
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
10	2	3	4	3	3	2	4	4	3	3	31
11	2	3	1	3	4	3	4	3	2	4	29
12	4	2	1	2	2	2	2	3	4	2	24
13	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	41
14	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	41
15	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	43
16	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	43
17	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	39
18	4	5	3	5	4	5	4	4	3	4	41
19	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	30
20	4	3	5	5	4	4	4	5	3	5	42
21	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	39
22	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	38
23	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
24	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	40
25	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
26	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
27	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
28	4	5	3	5	4	5	4	3	5	3	41
29	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
30	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	42
31	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	42
32	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	42
33	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	42
34	3	4	4	4	5	5	4	4	2	4	39
35	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	39

36	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	36
37	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
38	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36
39	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	41
40	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	35
41	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	42
42	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	40
43	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	45
44	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
45	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	39
46	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	41
47	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	44
48	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	31
49	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36
50	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
51	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	38
52	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	39
53	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35
54	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3	40
55	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4	26
56	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	36
57	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	31
58	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
59	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	35
60	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	32
61	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36
62	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	28
63	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	36
64	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
65	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	38
66	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
67	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	36
68	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	41
69	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
70	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	39

b) Jawaban Responden Variabel X2 Persepsi Keamanan

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

38	3	4	5	4	4	5	25
39	3	5	4	4	3	4	23
40	4	4	3	4	3	3	21
41	3	4	3	4	4	4	22
42	4	3	4	4	4	4	23
43	4	5	4	4	4	5	26
44	3	4	4	3	4	4	22
45	4	3	4	3	4	4	22
46	4	3	4	5	4	4	24
47	5	5	5	5	5	5	30
48	3	4	3	4	4	4	22
49	3	4	3	3	4	3	20
50	3	4	5	4	3	4	23
51	4	3	4	5	4	4	24
52	5	3	3	4	3	4	22
53	3	4	4	3	3	4	21
54	3	4	3	4	4	4	22
55	4	3	4	4	4	3	22
56	4	4	3	4	4	3	22
57	4	4	3	4	3	4	22
58	3	3	3	2	4	3	18
59	5	4	4	4	5	4	26
60	4	3	3	4	4	4	22
61	3	4	3	4	3	4	21
62	3	4	4	4	3	4	22
63	3	4	4	3	4	3	21
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	3	4	4	3	3	20
67	3	3	4	3	3	4	20
68	3	4	4	4	3	4	22
69	4	4	5	5	5	4	27
70	4	4	4	4	3	3	22

c) Jawaban Responden Variabel Kepuasan

Kepuasan Y											
NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
1	2	1	2	3	4	5	4	2	4	3	30
2	2	4	2	4	3	4	4	3	4	4	34
3	4	3	4	4	4	5	3	5	3	4	39
4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	4	41
5	1	2	3	3	2	1	1	1	3	3	20
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	14
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
10	4	2	3	4	2	3	3	3	4	3	31
11	2	4	3	2	5	2	3	3	2	5	31
12	2	1	1	4	1	2	3	4	2	2	22
13	4	5	4	5	3	5	5	4	4	3	42
14	3	5	5	4	5	4	3	5	5	5	44
15	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	42
16	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
17	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	42
18	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	42
19	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	44
20	3	3	5	4	4	4	5	4	3	3	38
21	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	38
22	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	46
23	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
24	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
25	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	39
26	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	41
27	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37
28	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	41
29	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	40
30	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
31	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	37
32	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	38
33	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	36
34	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35
35	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	36
36	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	35
37	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	42

38	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	40
39	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
40	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
41	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	41
42	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
43	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	43
44	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	35
45	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	35
46	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	36
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
49	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
50	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	40
51	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	35
52	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	34
53	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	36
54	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	35
55	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	35
56	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	35
57	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
58	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34
59	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
61	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	34
62	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
63	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	35
66	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	37
67	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	36
68	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	37
69	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36
70	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	40

Lampiran 4 : Hasil Output Uji SPSS Versi 26

Uji Validitas

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

		Correlations										
		X1.01	X1.02	X1.03	X1.04	X1.05	X1.06	X1.07	X1.08	X1.09	X1.10	TOTAL
X1.01	Pearson Correlation	1	.502**	.402**	.440**	.454**	.588**	.473**	.357**	.452**	.491**	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.02	Pearson Correlation	.502**	1	.452**	.591**	.641**	.559**	.565**	.469**	.353**	.439**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.03	Pearson Correlation	.402**	.452**	1	.416**	.405**	.434**	.507**	.466**	.409**	.387**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.04	Pearson Correlation	.440**	.591**	.416**	1	.402**	.659**	.332**	.331**	.371**	.515**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.005	.005	.002	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.05	Pearson Correlation	.454**	.641**	.405**	.402**	1	.506**	.560**	.501**	.326**	.347**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.008	.003	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.06	Pearson Correlation	.588**	.559**	.434**	.659**	.506**	1	.468**	.415**	.489**	.606**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.07	Pearson Correlation	.473**	.565**	.507**	.332**	.560**	.468**	1	.539**	.352**	.500**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.003	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.08	Pearson Correlation	.357**	.469**	.466**	.331**	.501**	.415**	.539**	1	.260**	.484**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.030	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.09	Pearson Correlation	.452**	.353**	.409**	.371**	.326**	.489**	.352**	.260**	1	.311**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.002	.006	.000	.003	.030		.009	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.10	Pearson Correlation	.491**	.439**	.387**	.515**	.347**	.606**	.500**	.484**	.311**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.009	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.719**	.783**	.684**	.717**	.717**	.810**	.734**	.667**	.600**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

PAREPARE

Persepsi Keamanan (X2)

		Correlations						
		X2.01	X2.02	X2.03	X2.04	X2.05	X2.06	TOTAL
X2.01	Pearson Correlation	1	.404**	.389**	.357**	.549**	.290**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.002	.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X2.02	Pearson Correlation	.404**	1	.279**	.261**	.408**	.335**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.018	.000	.005	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X2.03	Pearson Correlation	.389**	.279**	1	.220	.431**	.442**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.067	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X2.04	Pearson Correlation	.357**	.261**	.220	1	.222	.272*	.565**
	Sig. (2-tailed)	.002	.018	.067		.065	.023	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X2.05	Pearson Correlation	.549**	.408**	.431**	.222	1	.402**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.065		.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X2.06	Pearson Correlation	.290**	.335**	.442**	.272*	.402**	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.000	.023	.001		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.762**	.692**	.691**	.565**	.738**	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kepuasan (Y)

		Correlations										TOTAL
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	
Y01	Pearson Correlation	1	.400**	.542**	.573**	.515**	.563**	.595**	.641**	.578**	.170	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y02	Pearson Correlation	.400**	1	.451**	.410**	.508**	.406**	.421**	.483**	.436**	.228*	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.045	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y03	Pearson Correlation	.542**	.451**	1	.507**	.541**	.472**	.409**	.416**	.592**	.222	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.018	.000	.000	.000	.000	.000	.064	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y04	Pearson Correlation	.573**	.410**	.507**	1	.173	.481**	.500**	.554**	.470**	.045	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018		.153	.000	.000	.000	.000	.300	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y05	Pearson Correlation	.515**	.508**	.541**	.173	1	.488**	.488**	.576**	.500**	.355**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.153		.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y06	Pearson Correlation	.563**	.406**	.472**	.481**	.488**	1	.520**	.490**	.558**	.074	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.542	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y07	Pearson Correlation	.595**	.421**	.409**	.500**	.488**	.520**	1	.484**	.521**	.038	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.245	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y08	Pearson Correlation	.641**	.483**	.416**	.554**	.576**	.490**	.484**	1	.296**	.155	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.013	.188	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y09	Pearson Correlation	.578**	.436**	.592**	.470**	.500**	.558**	.521**	.296**	1	.252*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013		.036	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y10	Pearson Correlation	.170	.228*	.222	.045	.355**	.074	.038	.155	.252*	1	.340**
	Sig. (2-tailed)	.148	.048	.064	.888	.003	.882	.748	.188	.038		.004
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	.815**	.701**	.730**	.626**	.761**	.732**	.728**	.747**	.747**	.340**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Rabilitas

Reabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	10

Reabilitas Variabel Persepsi Keamanan (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	6

Reabilitas Variabel Kepuasan (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	10

Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.10658734
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.039
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

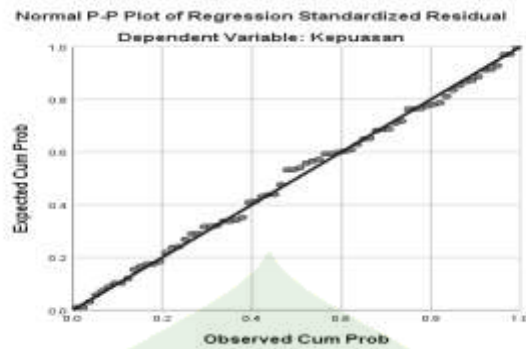
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

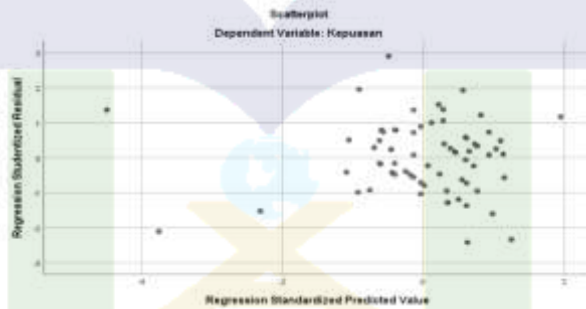
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Normalitas (Histogram)



Uji Heteroskedasitas (Scatterplot)



Uji Multikolenearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	5.717	2.604		2.196	.032	
	Persepsi_Kemudahan	.237	.100	.263	2.369	.021	.371 2.695
	Persepsi_Kemampuan	1.012	.185	.608	5.476	.000	.371 2.695

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.717	2.604		2.196	.032		
	Persepsi_Kemudahan	.237	.100	.263	2.369	.021	.371	2.695
	Persepsi_Keamanan	1.012	.185	.608	5.476	.000	.371	2.695

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji T (Parsial)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.717	2.604		2.196	.032		
	Persepsi_Kemudahan	.237	.100	.263	2.369	.021	.371	2.695
	Persepsi_Keamanan	1.012	.185	.608	5.476	.000	.371	2.695

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji F (Simultan)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1504.675	2	752.337	75.696	.000 ^b
	Residual	665.911	67	9.939		
	Total	2170.586	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Persepsi_Keamanan, Persepsi_Kemudahan

Uji R2 (Koefisien Determinasi)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.693	.684	3.153	1.744

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Keamanan, Persepsi_Kemudahan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 5: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 NOMOR : B-3963/in.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

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 a. 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 2024

b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.

Mengingat 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;

2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;

3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;

4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan

5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;

6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;

7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;

8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;

9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare

10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Memperhatikan : a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024

b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;

MEMUTUSKAN

Menetapkan : a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024

b. Menunjuk saudara: **Arwin, M.Si**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : AULIA RAMADHANI BURHANUDDIN

NIM : 2120203860202013

Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)

Judul Penelitian : ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PENERAPAN APLIKASI SPAN DALAM PENYALURAN DANA DESA (STUDI PADA KPPN PAREPARE)

c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;

d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;

e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
 Pada tanggal 29 Juli 2024
 Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP 197102082001122002

Lampiran 6: Berita Acara Revisi Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Abdul Bakki No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 21327, Fax: (0421) 24404
PO Box 509 Parepare 91105, website: www.iainparepare.ac.id, email: iaip@iainparepare.ac.id

**BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : AULIA RAMADHANI BURHANUDIN
N I M : 2120203860202013
Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PENERAPAN APLIKASI SPAN DALAM
PENYALURAN DANA DESA (STUDI PADA KPPN PAREPARE)

Telah diganti dengan judul baru:

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI
KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN MENGGUNAKAN BARCODE BBM
BERSUBSIDI DI KOTA PAREPARE

dengan alasan / dasar: *Terdapat dengan data dan ~~judul~~*

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 23 Juli 2025

Pembimbing Utama

Arwin, S.E., M.Si

Mengesahul,
Dekan

Prof. Dr. M. H. H. Muhammadun, M.Ag
NIDN 157104082001122002

PAREPARE

Lampiran 7: Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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 email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2997/in.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025 10 Juni 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	: AULIA RAMADHANI BURHANUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 21 November 2003
NIM	: 2120203860202013
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: BTN PONDOK INDAH SOREANG BLOK N NO.2, KELURAHAN BUKIT HARAPAN, KECAMATAN SOREANG, KOTA PAREPARE.

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

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN MENGGUNAKAN BARCODE BBM BERSUBSIDI DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 11 Juni 2025 sampai dengan tanggal 11 Juli 2025.

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.



PAREPARE

Page : 1 of 1. Copyright © a/s 2015-2025 - (nailul)

Dicetak pada Tgl : 10 Jun 2025 jam : 15:25:17

Lampiran 8: Surat Rekomendasi Melaksanakan Penelitian dari Dinas Layanan Terpadu Satu Pintu

SRN IP0000568



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

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 568/IP/DPM-PTSP/6/2025

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 :

MENGIZINKAN

KEPADA : **AULIA RAMADHANI BURHANUDDIN**
NAMA :
UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
ALAMAT : **BTN PONDOK INDAH SOREANG BLOK N NO. 2 KOTA PAREPARE**
UNTUK : : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN MENGGUNAKAN BARCODE BBM BERSUBSIDI DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **SPBU PERTAMINA 74.911.54 KOTA PAREPARE**

LAHA PENELITIAN : **13 Juni 2025 s.d 11 Juli 2025**

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

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **12 Juni 2025**

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



H. 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 3 Ayat 1

Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BBN**

• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Lampiran 9: Surat Keterangan telah Meneliti dari Instansi

PT. PERTAMINA (PERSERO)
SPBU PERTAMINA 74.911.54 KOTA PAREPARE
 Jalan H.A.M Arsyad, Watang Soreang, Soreang, Kec. Soreang, Kota Parepare,
 Sulawesi Selatan 91132, Indonesia (Telp: (0421)227335)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini,
PT. PERTAMINA (PERSERO)
SPBU PERTAMINA 74.911.54 KOTA PAREPARE

Dengan ini menerangkan bahwa:

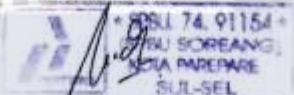
Nama	: Aulia Ramadhani Burhanuddin
NIM	: 2120203860202013
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Pendidikan	: Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare

Telah selesai melakukan penelitian di **SPBU PERTAMINA 74.911.54 KOTA PAREPARE** untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan tugas akhir dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan Barcode BBM Bersubsidi di Kota Parepare".

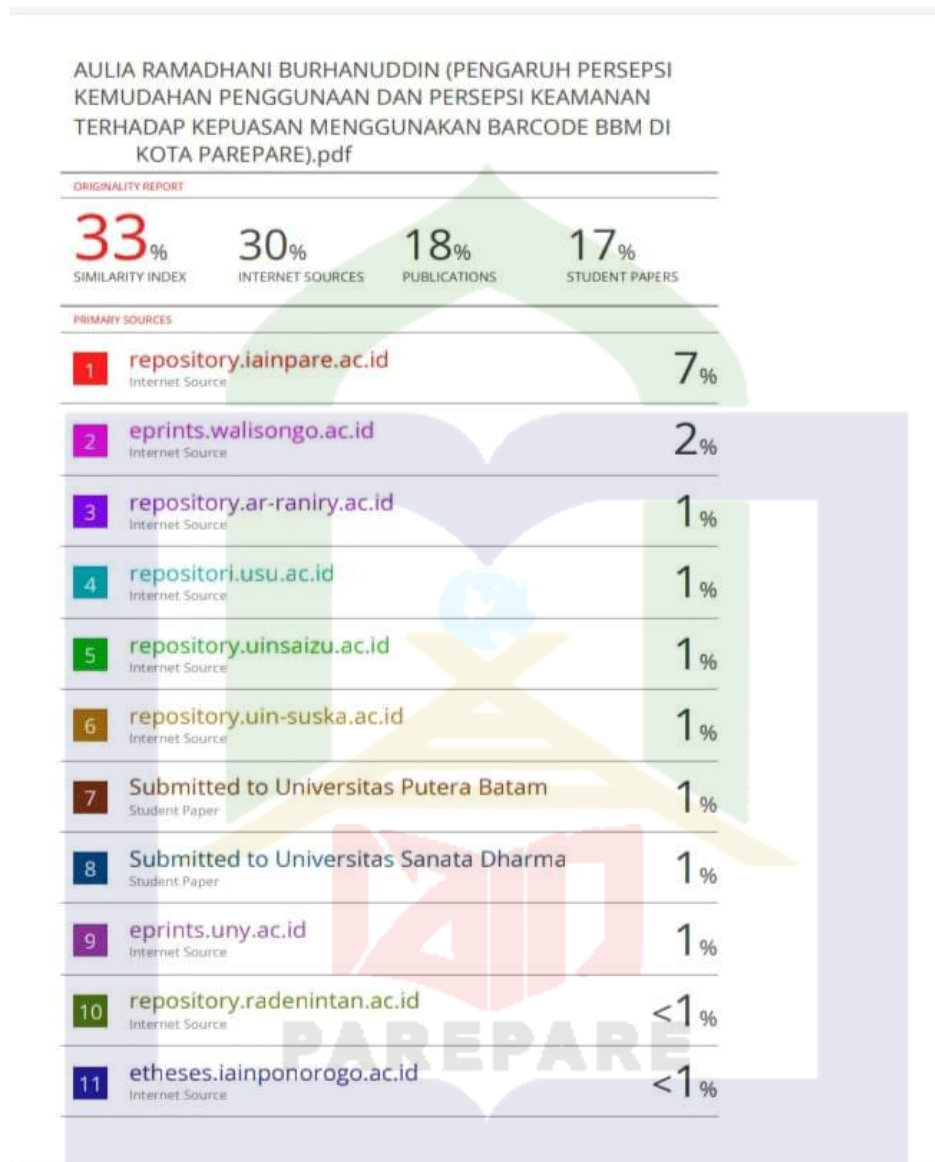
Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Parepare, 11 Juli 2025
 Hormat kami;


Nur Adha
 Administrasi



Lampiran 10: Hasil Turnitin



Lampiran 11: Tabel T

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

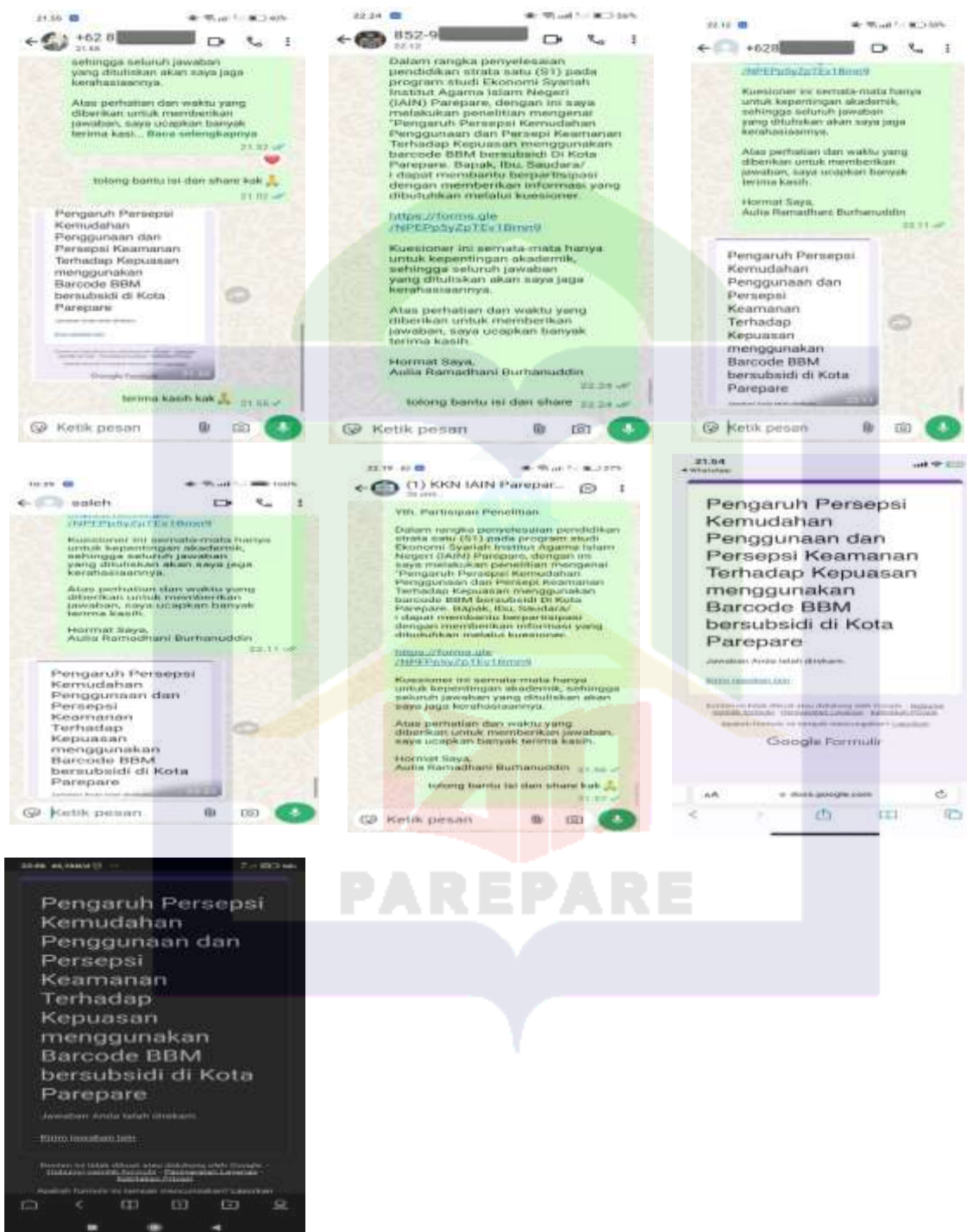
Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 12: Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 13: Dokumentasi



BIODATA PENULIS



Aulia Ramadhani Burhanuddin, lahir di parepare, 21 november 2003. Merupakan anak terakhir dari 3 bersaudara, dengan nama ayahanda Bur dan ibunda Hasma. Penulis berdomisili di Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Penulis menempuh pendidikan formal dibangku sekolah dasar negeri di SDN 10 Kota Parepare (2009-2015), menempuh pendidikan sekolah menengah pertama di MTs DDI Lil-Banat Kota Parepare (2015-2018), menempuh pendidikan sekolah menengah atas di MAN 1 Kota Parepare (2018-2021). Pada tahun 2021 penulis memulai pendidikan kuliah di Institut Agama Islam Negeri Parepare di program studi Ekonomi Syariah, Fakultas ekonomi dan bisnis islam. Penulis telah melaksanakan Praktik kerja lapangan (PPL) di kantor KPPN Kota Parepare. Selanjutnya penulis melaksanakan Kulliah Kerja Nyata (KKN) Reguler di Desa Lampoko, Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar pada tahun 2024. Dengan bimbingan, arahan serta doa dari berbagai pihak penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelas sarjana ekonomi, dengan judul skripsi “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan menggunakan Barcode BBM bersubsidi di Kota Parepare”. Motto : *“No need to rush, if it's meant for you it will come to you.”*