

Financial Knowledge, Lifestyle, dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Transaksi Retail Masyarakat Muslim

Enggar Arrosyad Chodlir¹, Irsad Andriyanto²

IAIN Kudus¹, IAIN Kudus²

Email: arrosyadenggar@gmail.com¹, irsad.smg@gmail.com²

Abstract

This research was conducted to explore how financial knowledge, lifestyle, and perceived convenience influence the interest of the muslim community in Kudus in using QRIS for transactions in the retail sector. This research was triggered by the increase in QRIS users, both merchants and consumers, every year, but the number and value of transactions carried out by the public are still relatively low. Several factors such as financial knowledge, lifestyle, perceived convenience, and other factors influence interest in using QRIS in retail transactions. Thus, if interest in use increases, the number and value of digital payment transactions using QRIS will also increase. This study used a questionnaire to collect data from 100 respondents, who were muslim fintech users in Kudus, using a purposive sampling method to determine the sample. Multiple linear regression analysis was used to analyze the data. Research findings show that partially, financial knowledge and lifestyle have a significant impact on QRIS use. This means that the greater the financial knowledge and the higher the lifestyle, the higher the interest in using QRIS. However, the findings also show that perceived convenience does not have a significant impact on interest in using QRIS. Thus, it shows that perceptions of convenience do not influence the increase in interest in using QRIS in retail transactions.

Keywords: Financial Knowledge; Lifestyle; Perceived Convenience; Interest in Use; QRIS; Muslim Community.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengeksplorasi bagaimana pengetahuan keuangan, gaya hidup, dan persepsi kemudahan mempengaruhi minat masyarakat muslim di Kudus dalam menggunakan QRIS untuk bertransaksi di sektor ritel. Penelitian ini dipicu oleh meningkatnya pengguna QRIS, baik dari sisi pedagang maupun konsumen setiap tahunnya, namun jumlah dan nilai transaksi yang dilakukan oleh masyarakat masih relatif rendah. Beberapa faktor seperti *financial knowledge, lifestyle*, persepsi kemudahan, serta faktor lainnya memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan QRIS dalam transaksi ritel. Dengan demikian, jika minat penggunaan meningkat, jumlah dan nilai transaksi pembayaran digital menggunakan QRIS juga akan meningkat. Studi ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari 100 responden, yang merupakan pengguna fintech beragama muslim di Kudus, dengan menggunakan metode purposive sampling untuk menetapkan sampelnya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara terpisah, pengetahuan keuangan dan gaya hidup memiliki dampak yang signifikan pada penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pengetahuan keuangan dan semakin tinggi gaya hidup, semakin tinggi pula

minat penggunaan QRIS. Namun, temuan juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki dampak yang signifikan pada minat penggunaan QRIS. Dengan demikian menunjukkan bahwa peningkatan minat penggunaan QRIS dalam transaksi ritel tidak dipengaruhi oleh persepsi kemudahan.

Kata Kunci: *Financial Knowledge; Lifestyle; Persepsi Kemudahan; Minat Penggunaan; QRIS; Masyarakat Muslim.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengubah cara kita hidup, mulai dari yang sederhana hingga mencapai kepuasan sosial yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dampak dari hal ini adalah mendorong masyarakat, bangsa, dan negara untuk mengoptimalkan serta memanfaatkan setiap kemajuan tersebut (Danuri, 2019). Pada tahun 2017, 0European Patent Office mencatat peningkatan jumlah paten teknologi yang signifikan di seluruh dunia, menandai digitalisasi yang melekat dalam berbagai aspek bisnis, sosial, dan ekonomi manusia. Hal ini menjadikan keterkaitan antara gaya hidup manusia dan teknologi sebagai sesuatu yang tidak dapat dipisahkan (Haqiqi & Wijayanti, 2019). QRIS telah diadopsi oleh sekitar 28,76 juta pengguna, menunjukkan peningkatan sebesar 4,6% dibandingkan dengan November 2022 (per bulan), dan meningkat sebanyak 92,5% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (per tahun). Namun, meskipun jumlah pengguna terus meningkat, volume dan nilai transaksi QRIS di setiap pedagang rata-rata masih dianggap rendah. Menurut data dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada tahun 2022, rata-rata volume transaksi QRIS adalah 3 hingga 5 kali transaksi per pedagang per bulan, dengan rata-rata nilai transaksi QRIS berkisar antara Rp295.000,00 hingga Rp510.000,00 per pedagang per bulan, berdasarkan data ASPI pada Desember 2022 (Adi Ahdiat, 2023). Masyarakat Kudus memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi, terbukti dari data tahun 2020 yang menunjukkan pengeluaran per kapita dalam sebulan mencapai rata-rata Rp1.030.180,00 untuk penduduk dengan berbagai tingkat pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh pengetahuan keuangan, gaya hidup, dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS dalam transaksi ritel di kalangan masyarakat Muslim di Kudus.

KAJIAN LITERATUR

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Azjen dan Fishbein pada tahun 1980 sebagai bagian dari Theory of Reasoned Action (TRA). Pada tahun 1989, Davis mengusulkan versi yang diperluas dari model tersebut, yang menjadi dasar bagi banyak penelitian dalam bidang penerimaan teknologi. TAM menyediakan kerangka kerja

untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Sejak itu, model ini telah menjadi salah satu teori yang paling banyak digunakan dalam literatur akademis dan praktis terkait penerimaan teknologi untuk memahami penerimaan individu terhadap teknologi informasi (Santi & Erdani, 2021). Davis mengemukakan lima kerangka dalam model TAM, yang mencakup persepsi tentang kemudahan penggunaan, persepsi tentang kegunaan, sikap terhadap penggunaan, niat perilaku untuk menggunakan, dan penggunaan sistem aktual. Namun, penekanannya pada persepsi tentang kemudahan penggunaan dan persepsi tentang kegunaan menyoroiti bahwa kedua variabel tersebut adalah kunci yang memengaruhi bagaimana individu menerima teknologi informasi (Prakosa & Wintaka, 2020). Model ini telah terbukti sebagai kerangka teoritis yang berguna dalam menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi (Octaviana & Yusuf, 2021). Intinya, TAM digunakan untuk memahami apakah seseorang menerima atau menolak suatu teknologi (Octaviana & Yusuf, 2021).

Financial Knowledge

Pengetahuan keuangan merujuk pada pemahaman dan konsep keuangan yang vital untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana didefinisikan oleh Bowen (Brilianti, 2019). Hilgert dan Hogarth menyatakan bahwa memiliki pengetahuan keuangan yang baik memungkinkan individu membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam kehidupan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keamanan ekonomi individu (Estuti et al., 2021).

Lifestyle

Gaya hidup merupakan aspek dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman atau keinginan individu untuk mengubahnya. Penilaian terhadap gaya hidup dapat bervariasi tergantung pada sudut pandang atau pendapat orang lain (Putra & Nursal, 2022).

Persepsi Kemudahan

Kemudahan dalam merujuk pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan membebaskan mereka dari kesulitan, menunjukkan bahwa jika seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi tersebut mudah, mereka akan lebih condong untuk mengadopsinya. Dengan kata lain, jika seseorang merasa bahwa menggunakan sistem teknologi itu tidak sulit, maka mereka akan lebih mungkin untuk memanfaatkannya. Maka faktor kemudahan penggunaan mengindikasikan bahwa suatu sistem dirancang untuk memudahkan penggunaannya, bukan untuk mempersulitnya (Kamil, 2020). Perspektif kemudahan penggunaan mencerminkan tingkat kepercayaan individu bahwa teknologi informasi dapat dipahami dengan mudah. Setiap individu

akan mencoba mengurangi upaya yang mereka lakukan, baik dari segi waktu maupun tenaga, untuk mempelajari teknologi informasi, sehingga mereka dapat merasa bahwa penggunaannya mudah. Orang yang mengadopsi sistem baru cenderung lebih cepat beradaptasi dibandingkan dengan mereka yang masih menggunakan sistem lama karena mereka merasakan manfaat kemudahan yang diberikan oleh sistem baru tersebut. Perubahan yang nyata dalam pengalaman penggunaan dapat membuat transisi menjadi lebih lancar dan efisien. Karakteristik seperti fleksibilitas, kemudahan pemahaman, dan kemudahan pengoperasian teknologi informasi menumbuhkan kepercayaan terhadap penggunaannya. Layanan pembayaran digital, termasuk pembayaran berbasis kode QR atau nomor unik, memberikan kemudahan dalam penggunaan sehari-hari (Lwoga & Lwoga, 2017).

Minat Penggunaan

Minat seseorang dalam menggunakan suatu hal dipengaruhi oleh beragam faktor. Faktor-faktor tersebut mencakup tingkat kemudahan penggunaan sistem tersebut, manfaat yang diharapkan, keunggulan yang dibandingkan dengan sistem lain, potensi risiko yang mungkin timbul, biaya yang diperlukan untuk memperoleh manfaat, dan sikap individu terhadap tindakan penggunaan tersebut. Semua faktor ini berperan dalam membentuk preferensi dan keputusan pengguna terhadap suatu produk atau sistem (Martono, 2021).

Pembayaran Digital

Digital payment, yang sering disebut juga sebagai dompet digital, beroperasi dengan memanfaatkan struktur dasar yang melibatkan jaringan komputer dan sistem digital. Ini merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara elektronik, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran secara online, baik untuk mengirim maupun menerima uang melalui platform digital. Dengan memanfaatkan teknologi digital, proses pembayaran menjadi lebih efisien dan praktis, memungkinkan akses yang lebih mudah dan cepat bagi pengguna di berbagai belahan dunia. Transaksi ini dapat dilakukan secara online, memungkinkan pengguna untuk membeli barang dan jasa menggunakan perangkat elektronik, layanan jasa, atau aplikasi perangkat lunak (Effendy et al., 2019).

Retail

Kata "Ritel" berasal dari bahasa Perancis, "ritellier," yang berarti memotong, memecah, atau membagi menjadi bagian lebih kecil. Dalam kamus Bahasa Inggris-Indonesia, "Ritel" juga dapat diartikan sebagai "Eceran." Retailing adalah semua kegiatan yang terlibat dalam pemasaran barang atau jasa secara langsung kepada pelanggan. Ini mencakup berbagai proses seperti penjualan, promosi, dan layanan pelanggan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan

menyediakan produk atau layanan secara individual atau dalam jumlah kecil. Seorang pengecer atau retailer adalah organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah pendapatannya dari penjualan eceran. Oleh karena itu, aktivitas ritel merupakan serangkaian kegiatan bisnis yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga mereka. Ini mencakup berbagai operasi seperti pengadaan produk, penyimpanan, pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan individu atau kelompok konsumen secara langsung (Sundari & Syaikhudin, 2021).

Fintech

Fintech, atau teknologi keuangan, adalah istilah yang merujuk pada perkembangan inovatif dalam layanan keuangan yang mengandalkan teknologi untuk mengembangkan produk dan layanan. Menurut National Digital Research Center (NDRC), fintech merupakan hasil dari integrasi inovatif antara bidang keuangan dengan kemajuan teknologi modern. Ini mencakup berbagai macam aplikasi seperti pembayaran digital, peer-to-peer lending, investasi online, dan banyak lagi, yang bertujuan untuk memberikan solusi keuangan yang lebih efisien, mudah diakses, dan terjangkau bagi pengguna (Naution et al., 2021). Menurut definisi Bank Indonesia, fintech juga dipandang sebagai hasil dari penggabungan antara layanan keuangan dan teknologi, yang mengubah model bisnis konvensional menjadi model bisnis modern. Sebelumnya, transaksi pembayaran seringkali memerlukan pertemuan langsung dan penggunaan uang tunai. Namun, dengan adanya fintech, transaksi dapat dilakukan secara online dalam waktu singkat, bahkan dalam hitungan detik. Hal ini mencerminkan transformasi signifikan dalam cara kita mengelola keuangan dan berinteraksi dengan layanan keuangan secara keseluruhan (Pambudi, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang memanfaatkan metode penelitian lapangan. Metode ini melibatkan pengujian hipotesis statistik yang didasarkan pada data empiris yang terkumpul melalui penggunaan kuesioner. Untuk menentukan sampel, digunakan teknik pengambilan sampel nonprobability, terutama purposive sampling. Dalam teknik ini, sampel dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Sebanyak 100 responden diambil dari seluruh populasi masyarakat Muslim pengguna fintech di Kudus, menggunakan rumus Cochran untuk menentukan jumlah sampel. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS Versi 25, yang terkenal dengan fitur yang simpel, mudah dipahami, dan berbagai model analisis yang tersedia.

PEMBAHASAN

Gambaran umum responden pada penelitian ini berdasarkan jenis *user* dan usia pengguna QRIS sebagai berikut:

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis *User* Responden

Jenis <i>User</i>	Frekuensi	Persentase
Konsumen	77	77%
<i>Merchant</i>	23	23%

Sumber: Data Diolah 2023

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia <i>User</i>	Frekuensi	Persentase
Remaja (12-25 Tahun)	92	92%
Dewasa (26-45 Tahun)	8	8%

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan data dari Tabel 1 dan 2, dapat diketahui bahwa masyarakat muslim di Kudus yang menjadi pengguna *fintech* yang digunakan sebagai responden sebanyak 77 *user* konsumen dan 23 *user merchant*. Sedangkan usia responden diklasifikasikan menjadi dua yaitu usia remaja dan dewasa. Paling banyak yaitu berusia 12-25 tahun sebanyak 92 responden (92%) yang digolongkan sebagai remaja dan usia 26-45 tahun ada 8 responden (8%) yang digolongkan sebagai usia dewasa.

Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan oleh peneliti untuk menguji apakah variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 3
Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov Model Monte Carlo
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12779039
Test Statistic		.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		.061 ^d

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Berdasarkan data dalam Tabel 3, nilai *asympt.sig* (2-tailed) adalah 0,000, menandakan bahwa distribusi data tidak normal karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sebagai alternatif, penelitian menggunakan

metode Monte Carlo. Setelah dilakukan uji normalitas menggunakan metode Monte Carlo, nilai Sig. (2-tailed) adalah 0,061, yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel dependen dan independen didistribusikan secara normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam model regresi bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen. Model regresi yang baik akan ditandai dengan ketiadaan gejala multikolinieritas, yang dapat menyulitkan interpretasi efek individu dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Financial Knowledge</i>	0.473	2.116	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Lifestyle</i>	0.492	2.034	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Kemudahan	0.846	1.182	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Berdasarkan data pada Tabel 4, variabel financial knowledge memiliki nilai tolerance sebesar 0,473, variabel lifestyle sebesar 0,492, dan variabel persepsi kemudahan sebesar 0,846. Semua nilai tolerance tersebut lebih besar dari 0,10. Selanjutnya, nilai VIF untuk variabel financial knowledge adalah 2,116, untuk variabel lifestyle adalah 2,034, dan untuk variabel persepsi kemudahan adalah 1,182. Dengan semua nilai VIF yang kurang dari 10,00, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam model regresi digunakan untuk mengevaluasi apakah kesalahan residual dari satu observasi berbeda secara tidak konsisten dengan kesalahan residual dari observasi lainnya. Melalui uji Glejser, variasi absolut dari residual regresi diperiksa untuk menentukan apakah suatu model regresi menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi tersebut dianggap tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Tabel 5
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Kesimpulan
<i>Financial Knowledge</i>	0.217	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Lifestyle</i>	0.222	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan	0.980	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 5, semua variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Untuk variabel pengetahuan keuangan, nilai sig. adalah 0,217; untuk gaya hidup, 0,222; dan untuk persepsi kemudahan, 0,980. Artinya, semua model regresi dalam penelitian ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menilai bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Selain itu, analisis tersebut juga bertujuan untuk mengungkap apakah terdapat hubungan positif atau negatif antara variabel independen (X) dan variabel yang diminati (Y). Dengan menggunakan teknik ini, kita dapat memahami seberapa besar dampak dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dan arah hubungannya.

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi
Konstanta	5.969
<i>Financial Knowledge</i>	0.338
<i>Lifestyle</i>	0.301
Persepsi Kemudahan	0.046

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Dari hasil analisis regresi, nilai koefisien (a) sebesar 5,969 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel lainnya dianggap tetap, maka nilai minat penggunaan (Y) adalah 5,969. Koefisien regresi untuk variabel *financial knowledge* (X1) adalah 0,338. Artinya, setiap kenaikan sebesar 1% dalam pengetahuan keuangan akan menyebabkan kenaikan sekitar 0,338% dalam minat penggunaan. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara peningkatan pengetahuan keuangan dan minat penggunaan. Koefisien regresi untuk variabel *lifestyle* (X2) adalah 0,301, yang berarti kenaikan 1% dalam *lifestyle* akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,301% dalam minat penggunaan. Koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan (X3) adalah 0,046. Ini menunjukkan bahwa setiap penurunan sebesar 1% dalam persepsi kemudahan akan berhubungan dengan

kenaikan sebesar 0,046% dalam minat penggunaan. Dalam konteks ini, penurunan persepsi kemudahan akan sedikit meningkatkan minat penggunaan, meskipun dampaknya relatif kecil.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel independen dalam model regresi. Dinyatakan sebagai persentase antara 0 dan 1, koefisien determinasi memberikan informasi tentang seberapa baik model regresi cocok dengan data aktual. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan menggunakan variabel independen yang ada. Secara sederhana, ini mengukur seberapa besar minat penggunaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, keamanan, kegunaan, dan pengetahuan. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi (R²) dapat berkisar antara 0 hingga 1. Ketika nilai R² mendekati 0, itu menandakan bahwa variabel independen memiliki sedikit kemampuan untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Sebaliknya, ketika nilai R² mendekati 1, itu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang tinggi untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Semakin tinggi nilai R², semakin besar kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

Tabel 7
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.684 ^a	0.468	0.451	1.145

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan (X3), *Financial Knowledge* (X1), *Lifestyle* (X2)

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 7, koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 0,451 atau 45,1% ketika dikalikan dengan 100%. Ini berarti bahwa 45,1% dari variasi dalam minat penggunaan terhadap QRIS dipengaruhi oleh variabel *financial knowledge*, *lifestyle*, dan persepsi kemudahan. Dalam hal ini, sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini. Dengan koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1, dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini memberikan kontribusi yang moderat terhadap variabel dependen. Ini menunjukkan bahwa meskipun variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan, masih ada faktor-faktor

lain yang juga berperan dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal ini, minat penggunaan. Keputusan dalam penelitian ini diambil dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel, dengan nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05. Dalam hal ini, nilai F tabel dihitung berdasarkan derajat kebebasan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$, menghasilkan F tabel sebesar 2,70. Oleh karena itu, jika nilai F hitung melebihi 2,70 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.671	3	36.890	28.125	.000 ^b
	Residual	125.919	96	1.312		
	Total	236.590	99			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Lifestyle, Financial Knowledge

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji-F menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan, gaya hidup, dan persepsi kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu minat penggunaan QRIS. Hal ini didukung oleh fakta bahwa nilai F hitung sebesar 28,125 lebih besar dari nilai F tabel (2,70), dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-financial knowledge, lifestyle, dan persepsi kemudahan secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan QRIS secara bersama-sama.

Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat pengaruh secara individual dari variabel independen terhadap variabel dependen, dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, serta memperhatikan nilai signifikansi (Sig.) yang harus kurang dari 0,05. Untuk mencari nilai t tabel, dapat menggunakan rumus berikut:

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2; n - k - 1) = t (0,05/2; 100 - 4 - 1) = t (0,025; 95) = 1,989$$

Tabel 9
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	5.969	1.462			4.083	.000
Financial Knowledge	.338	.089	.411		3.794	.000
Lifestyle	.301	.109	.294		2.768	.007
Persepsi Kemudahan	.046	.053	.071		.872	.385

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Data Primer Olahan SPSS Versi 25 Tahun 2023

Dari hasil uji-t pada variabel pengetahuan keuangan, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,794, yang lebih besar dari nilai t tabel (1,989), dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan QRIS oleh masyarakat muslim di Kudus.

Dari hasil uji-t pada variabel gaya hidup, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,768, yang melebihi nilai t tabel (1,989), dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,007, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS oleh masyarakat muslim di Kudus.

Berdasarkan analisis uji-t pada variabel Persepsi Kemudahan, terlihat bahwa nilai t hitung (0.872) lebih kecil dari nilai t tabel yang ditentukan (1.989). Selain itu, nilai Signifikansi (Sig.) (0.385) juga lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari variabel persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS oleh masyarakat muslim di Kudus.

KESIMPULAN

Hipotesis pada variabel X1, yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan masyarakat muslim di Kudus. Penelitian ini bermaksud untuk menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan tidak hanya menjadi bagian integral dari literasi keuangan, tetapi juga memainkan peran kunci dalam pemahaman individu terhadap aspek-aspek ekonomi. Dalam konteks pembayaran, individu yang memiliki pengetahuan keuangan cenderung membuat keputusan yang lebih tepat, termasuk dalam penggunaan alat

pembayaran digital seperti QRIS untuk transaksi ritel sehari-hari.

Hipotesis pada variabel X2, yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan masyarakat muslim di Kudus. Gaya hidup, yang tercermin dari pola konsumsi seseorang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, menjadi faktor penting dalam adopsi QRIS sebagai metode pembayaran transaksi ritel di kalangan masyarakat Kudus. Penggunaan QRIS dipandang sebagai langkah menuju gaya transaksi yang lebih modern dan dianggap sebagai alternatif yang lebih hemat daripada menggunakan uang tunai. Penelitian ini bertujuan untuk menyoroti bahwa selain pengetahuan keuangan, gaya hidup juga memainkan peran signifikan dalam memengaruhi minat masyarakat muslim dalam menggunakan QRIS untuk transaksi ritel. Hal ini disebabkan oleh keyakinan bahwa QRIS dapat memberikan pengalaman bertransaksi yang lebih modern dan efisien dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Hipotesis pada variabel X3 ditolak, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan masyarakat muslim di Kudus. Masyarakat cenderung percaya bahwa proses layanan menggunakan QRIS kurang mudah dan kurang cepat dibandingkan dengan menggunakan uang kertas untuk transaksi ritel. Penelitian ini mengupdate hasil penelitian sebelumnya dengan menegaskan bahwa persepsi kemudahan bukanlah faktor yang memengaruhi minat masyarakat muslim dalam menggunakan QRIS untuk transaksi ritel. Ini mengkonfirmasi bahwa persepsi kemudahan tidak termasuk dalam faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS menurut tujuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2023). *Jumlah Merchant QRIS Meningkat, tapi Transaksinya Masih Rendah*. Data Boks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/jumlah-merchant-qr-is-meningkat-tapi-transaksinya-masih-rendah>
- Brilianti, T. R. (2019). *Pengaruh Pendapatan, Pengalaman Keuangan dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Madiun*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2).
- Effendy, F., Simarmata, J., Rumondang, A., & Sudirman, A. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*.
- Estuti, E. P., Rosyada, I., & Faidah, F. (2021). Analisis Pengetahuan Keuangan, Kepribadian, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1), 1-14.
- Haqiqi, H., & Wijayanti, H. (2019). *Revolusi Industri 4.0 di Tengah Society 5.0: Sebuah Integrasi Ruang ... - Halifa Haqqi, Hasna Wijayati - Google Buku*. QUADRANT.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CE1LEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA173&dq=era+society+jawaban+era+4.0&ots=jXX1myVcok&sig=w-_bBsX53xRNjg8xyHGmeDwTQ4&redir_esc=y#v=onepage&q=era+society+jawaban+era+4.0&f=false

- Kamil, I. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(02), 98-114.
- Lwoga, E. T., & Lwoga, N. B. (2017). User Acceptance of Mobile Payment: The Effects of User-Centric Security, System Characteristics, and Gender. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 81(1), 1-24.
- Martono, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(3), 246.
- Naution, D. A., Hasibuan, R. R. A., & Prayoga, R. (2021). Tingkat Perkembangan Fintech (Financial Technology), Pemahaman Fintech (Financial Technology), dan Minat Mahasiswa UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9080-9090.
- Octaviana, P., & Yusuf, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money OVO di Karawang (Studi pada Pengguna OVO di Karawang). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(1), 12-20.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 4(2), 74-81.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang E-Wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Putra, C. I. W., & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penerbit NEM.
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel (Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel)*. Academia Publication.