



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Perkenalkan saya Luh Putu Ayu Kusuma Wardani mahasiswi Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha. Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS)”. QRIS merupakan standarisasi pembayaran menggunakan *QR Code* dari Bank Indonesia agar proses transaksi melalui *QR Code* dilakukan lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya melalui dompet elektronik dan *mobile banking*.

Dengan ini, saya memohon kesediaan teman-teman meluangkan sedikit waktu untuk mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan pengalaman teman-teman selama ini. Kerahasiaan identitas teman-teman akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Petunjuk pengisian kuesioner:

Mohon memilih salah satu jawaban terbaik untuk mewakili tingkat minat dan perilaku penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Skor dalam pernyataan 1-5 dengan penjelasan sebagai berikut:

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Ragu-Ragu

4= Setuju

5= Sangat Setuju

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

Pengguna *Mobile Banking* : Ya/Tidak

Alamat Tempat Tinggal :

Apakah anda pernah bertransaksi menggunakan QRIS?

- a. Pernah
- b. Tidak Pernah

I. Ekspektasi Kinerja

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Penggunaan QRIS dalam kehidupan sehari-hari sangat bermanfaat bagi saya.					
2	Penggunaan QRIS membantu saya menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat.					
3	Penggunaan QRIS dapat meningkatkan produktivitas saya.					

II. Ekspektasi Usaha

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Mudah bagi saya memahami cara menggunakan QRIS.					
2	Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan QRIS.					
3	Mudah bagi saya untuk bertransaksi menggunakan QRIS.					
4	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan QRIS.					

III. Faktor Sosial Budaya

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya akan berpikir terlebih dahulu sebelum menggunakan QRIS untuk transaksi pembayaran.					
2	Saya merasa bersalah jika menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi pembayaran yang tidak semestinya.					
3	Percaya hukum sebab akibat menjadi pegangan saya ketika bertransaksi menggunakan QRIS.					
4	QRIS dapat mendukung saya karena mampu merespon perkembangan bisnis dan teknologi sistem informasi.					
5	QRIS dapat mendukung efisiensi penggunaan uang elektronik.					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
6	Keluarga mendukung dan membimbing saya dalam penggunaan QRIS.					
7	Kerabat saya banyak memberi masukan yang bersifat konstruktif dan membantu penggunaan QRIS.					
8	Prinsip kebersamaan dan keseimbangan antara pengguna dan <i>merchant</i> menunjang penggunaan QRIS.					
9	QRIS membuka peluang terjadinya proses pembelajaran untuk bertransaksi nontunai.					

IV. Motivasi Hedonis

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Menggunakan QRIS itu menyenangkan bagi saya.					
2	Saya menikmati melakukan transaksi menggunakan QRIS.					
3	Menggunakan QRIS itu sangat menghibur.					

V. Nilai Harga

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan QRIS cukup terjangkau.					
2	Biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan QRIS seimbang dengan kemudahan bertransaksi yang saya dapatkan.					
3	Biaya dikenakan untuk menggunakan QRIS sepadan dengan manfaat yang diberikan.					

VI. Minat Penggunaan

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya berniat untuk terus menggunakan QRIS dimasa yang akan datang.					
2	Kedepannya saya akan menggunakan QRIS dalam keseharian saya bila fasilitasnya meningkat.					
3	Saya berencana untuk terus menggunakan QRIS dalam bertransaksi.					



Lampiran 2. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Charisma, 2020	Analisis Minat dan Perilaku Pengguna <i>E-Wallet</i> : Perluasan UTAUT2 Dengan Budaya Sebagai Moderasi.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan <i>e-wallet</i> dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan keamanan yang dirasakan. Kemudian perilaku penggunaan dipengaruhi oleh minat dan kebiasaan.
2	Prasetya dan Purnamawati, 2020	Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Payment OVO</i> .	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah variabel nilai harga, motivasi hedonis, kebiasaan dan daya tarik promo berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi <i>Mobile payment OVO</i> .
3	Putri dan Suardikha, 2020	Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan <i>E-Money</i> Di Kota Denpasar.	Penelitian ini menunjukkan bahwa niat penggunaan <i>e-money</i> dipengaruhi oleh kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga, sedangkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial budaya, tidak berpengaruh. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku penggunaan <i>e-money</i> dipengaruhi oleh kebiasaan dan niat penggunaan, sedangkan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh.
4	Gupta dan Arora, 2019	<i>Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective</i>	Penelitian ini membuktikan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan, dan kondisi yang fasilitasi berpengaruh pada niat perilaku, yang kemudian secara signifikan mempengaruhi perilaku penggunaan untuk menggunakan sistem <i>mobile payment</i> . Faktor sosial dan motivasi hedonis adalah prediktor lemah terhadap niat berperilaku.

No	Peneliti dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Jayanti, 2019	Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, dan Kondisi yang Memfasilitasi pada Penerapan SIA di LPD Kota Denpasar.	Hasil penelitian menunjukkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial budaya berpengaruh positif pada minat penggunaan SIA berbasis komputer serta kondisi yang memfasilitasi dan minat penggunaan SIA berbasis komputer berpengaruh positif pada perilaku penggunaan SIA berbasis komputer.
6	Auliya, 2018	Penerapan Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2</i> Terhadap Minat Dan Perilaku Penggunaan <i>E-Ticket</i> Di Yogyakarta.	Hasil penelitian menunjukkan variabel ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-ticket</i> dan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan <i>e-ticket</i> . Variabel ekspektasi usaha, motivasi hedonisme, nilai harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-ticket</i> , serta variabel kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan <i>e-ticket</i> .
7	Diana, 2018	Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan <i>Electronic Money</i> Di Indonesia.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, motivasi hedonis, pengaruh sosial, kondisi pendukung, dan nilai harga terbukti memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan <i>e-money</i> . Sementara, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan persepsi keamanan teknologi tidak menunjukkan adanya pengaruh pada minat penggunaan <i>e-money</i> .
8	Dzulaida dan Giri, 2018	Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan <i>E-Money</i> Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi <i>Unified Theory Of Acceptance And Use</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan yang dirasakan (<i>Perceived Trust</i>) merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan <i>e-money</i> . Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan mempengaruhi minat perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan <i>e-money</i> yaitu

		Technology (UTAUT2). 2	variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i> , <i>Effort expectancy (EE)</i> , <i>Social Influence (SI)</i> , <i>Perceived Trust (PT)</i> . Namun variabel <i>Perceived Risk (PR)</i> menjadi faktor yang berpengaruh paling kecil atau lemah.
No	Peneliti dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
9	Gupta, A., Dogra, N., & George, B., 2018	<i>What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework</i>	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa prediktor signifikan yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi <i>Smartphone</i> yaitu ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, <i>price saving</i> , persepsi risiko, persepsi kepercayaan, dan kebiasaan penggunaan sebelumnya. Perilaku penggunaan sebagian besar dimediasi oleh niat penggunaan, kecuali dalam kasus kebiasaan. Faktor-faktor seperti motivasi hedonis, kondisi yang memfasilitasi, dan ekspektasi usaha tidak memengaruhi niat atau perilaku penggunaan.
10	Susanto, Ghozali dan Handayani, 2018	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) Dalam Perspektif <i>The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2)</i> Di Kabupaten Semarang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis dan kebiasaan mempengaruhi niat berperilaku menggunakan SIPKD. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi tidak mempengaruhi niat berperilaku menggunakan SIPKD. Kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat perilaku berpengaruh pada perilaku penggunaan.
11	Khan, I. U., Hameed, Z., & Khan, S. U., 2017	<i>Understanding Online Banking Adoption in a Developing Country: UTAUT2 with Cultural Moderators</i>	Ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan, <i>perceived security</i> , dan nilai harga sebagai variabel penting dari niat perilaku.

			Ekspektasi usaha dan faktor sosial tidak mempengaruhi niat perilaku menggunakan <i>online banking</i> . Kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan niat perilaku mempengaruhi perilaku penggunaan untuk <i>online banking</i> .
No	Peneliti dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
12	Pertiwi dan Ariyanto, 2017	Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan <i>Mobile banking</i> Di Kota Denpasar.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan <i>mobile banking</i> , kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> . Ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan <i>mobile banking</i> , serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i> .
13	Tak, P., & Panwar, S. 2017.	<i>Using UTAUT 2 model to predict mobile app based shopping: evidences from India.</i>	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan dan nilai harga mempengaruhi niat berperilaku. Perilaku penggunaan dipengaruhi oleh kebiasaan, kondisi yang memfasilitasi dan niat perilaku.
14	Wulandari dan Yadnyana, 2016	Penerapan Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> Di Kota Denpasar.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan <i>e-Filing</i> .
15	Baptista, G., & Oliveira, T., 2015.	<i>Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators.</i>	Ekspektasi kinerja, motivasi hedonis dan kebiasaan signifikan berpengaruh terhadap niat menggunakan <i>mobile banking</i> . Sedangkan, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi dan nilai harga tidak

			<p>mempengaruhi niat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>Untuk menjelaskan perilaku penggunaan <i>mobile banking</i>, pengaruh kebiasaan adalah faktor pendorong yang paling penting. Sedangkan kondisi yang memfasilitasi dan niat perilaku tidak berpengaruh.</p>
--	--	--	---



Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Penelitian

a. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Ekspektasi Kinerja (X_1)

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	
1	5	5	5	15
2	5	4	5	14
3	5	5	5	15
4	4	4	4	12
5	5	5	4	14
6	3	5	4	12
7	5	5	5	15
8	5	4	4	13
9	4	4	4	12
10	5	4	5	14
11	4	4	4	12
12	5	5	5	15
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	4	4	4	12
16	5	4	5	14
17	4	4	4	12
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	5	4	5	14
21	4	5	4	13
22	2	3	4	9
23	2	5	3	10
24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	4	3	4	11
27	5	5	5	15
28	3	4	5	12
29	4	4	5	13
30	3	4	3	10
31	4	5	5	14
32	5	3	5	13
33	5	4	4	13
34	3	4	4	11
35	4	4	4	12
36	4	3	4	11

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	
37	3	4	3	10
38	4	4	5	13
39	4	4	4	12
40	5	4	5	14
41	4	3	3	10
42	4	4	3	11
43	4	4	4	12
44	3	4	3	10
45	5	5	5	15
46	4	3	5	12
47	5	4	4	13
48	4	5	5	14
49	4	4	4	12
50	5	5	5	15
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	5	5	4	14
54	4	4	4	12
55	5	5	5	15
56	5	4	4	13
57	5	5	4	14
58	5	5	5	15
59	4	4	5	13
60	5	4	4	13
61	4	4	4	12
62	5	5	4	14
63	5	5	5	15
64	5	5	4	14
65	5	5	5	15
66	4	4	4	12
67	5	5	5	15
68	4	5	4	13
69	4	5	4	13
70	5	5	5	15
71	5	5	4	14
72	5	5	5	15
73	5	5	5	15
74	5	4	4	13
75	5	5	5	15
76	5	4	4	13
77	4	4	4	12

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.1}	
78	5	5	5	15
79	5	4	5	14
80	4	4	4	12

b. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Ekspektasi Usaha (X₂)

No.	Skor Untuk Pernyataan No.				Skor Total
	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	4	3	4	4	15
4	3	3	4	3	13
5	5	5	5	5	20
6	3	3	4	3	13
7	4	3	4	3	14
8	4	4	3	3	14
9	3	2	4	4	13
10	5	5	5	5	20
11	3	3	3	3	12
12	2	2	3	4	11
13	4	4	4	4	16
14	4	3	3	4	14
15	3	4	3	3	13
16	3	4	4	3	14
17	4	4	4	2	14
18	4	5	4	5	18
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	2	3	4	4	13
22	3	2	4	4	13
23	4	4	5	4	17
24	4	5	5	3	17
25	3	4	4	5	16
26	5	4	3	3	15
27	4	3	4	5	16
28	4	4	5	4	17
29	4	3	4	4	15
30	3	4	3	4	14
31	4	5	5	5	19
No.	Skor Untuk Pernyataan No.				Skor Total

	X_{2.1}	X_{2.2}	X_{2.3}	X_{2.4}	
32	3	5	5	5	18
33	4	4	5	5	18
34	4	5	4	4	17
35	3	5	4	5	17
36	4	4	4	4	16
37	4	5	4	2	15
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	5	17
41	4	3	3	3	13
42	4	4	4	3	15
43	4	3	4	5	16
44	3	2	3	4	12
45	5	5	5	5	20
46	4	4	4	4	16
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	4	4	5	5	18
50	4	4	3	4	15
51	4	4	5	4	17
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	3	4	4	5	16
55	5	5	5	5	20
56	4	3	4	5	16
57	3	2	3	3	11
58	5	5	5	5	20
59	4	2	4	4	14
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	3	4	5	4	16
66	3	4	4	4	15
67	5	5	5	5	20
68	3	4	5	4	16
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	4	4	5	18
No.	Skor Untuk Pernyataan No.				Skor Total

	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	
73	4	4	5	5	18
74	3	3	4	5	15
75	5	5	5	5	20
76	4	3	4	4	15
77	5	5	5	5	20
78	5	5	5	5	20
79	4	3	5	4	16
80	3	3	4	4	14

c. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Faktor Sosial Budaya (X₃)

No.	Skor Untuk Pernyataan No.									Skor Total
	X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{3.5}	X _{3.6}	X _{3.7}	X _{3.8}	X _{3.9}	
1	5	5	4	4	5	2	2	3	5	35
2	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40
3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
5	2	4	4	5	5	4	5	5	5	39
6	3	3	3	4	4	4	3	3	3	30
7	5	3	4	4	4	3	4	4	5	36
8	3	2	3	4	4	5	4	4	4	33
9	3	5	4	5	5	4	4	4	5	39
10	5	4	4	4	5	3	3	4	4	36
11	3	4	4	5	4	2	2	4	4	32
12	4	4	4	5	4	4	3	4	3	35
13	3	3	4	5	4	5	4	5	4	37
14	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
15	5	3	3	3	4	2	2	2	3	27
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	3	4	4	4	3	3	4	4	33
18	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
19	3	5	4	4	4	3	4	4	4	35
20	5	5	4	4	5	5	3	4	5	40
21	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
22	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39
23	2	5	3	4	5	3	3	4	5	34
24	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42
25	5	4	4	3	4	2	2	5	4	33
26	4	4	4	4	5	5	5	4	5	40
27	4	3	3	5	4	4	4	5	4	36
No.	Skor Untuk Pernyataan No.									

	X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{3.5}	X _{3.6}	X _{3.7}	X _{3.8}	X _{3.9}	Skor Total
28	4	4	4	5	4	5	4	5	4	39
29	5	5	5	5	5	4	3	5	5	42
30	5	5	4	3	4	3	3	4	3	34
31	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
32	5	5	4	4	5	2	2	3	5	35
33	4	3	4	5	5	2	2	5	5	35
34	4	3	3	5	5	4	3	5	5	37
35	5	5	5	5	5	4	3	5	5	42
36	4	3	4	5	4	3	4	4	4	35
37	4	3	3	4	4	5	3	4	4	34
38	4	3	3	4	5	4	4	3	4	34
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
41	2	3	4	4	4	5	4	4	4	34
42	4	4	3	2	4	4	4	4	4	33
43	5	4	4	4	4	3	4	4	3	35
44	4	5	4	3	4	3	4	4	4	35
45	3	3	3	4	5	4	4	4	5	35
46	4	4	4	5	5	2	2	4	4	34
47	5	5	5	5	5	4	3	4	5	41
48	4	4	5	5	4	5	5	5	4	41
49	5	4	4	5	4	5	4	4	4	39
50	3	3	3	5	5	5	5	4	4	37
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
53	5	5	3	5	5	5	4	5	5	42
54	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	5	3	3	3	5	4	4	5	4	36
57	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
58	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
59	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
60	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
61	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
62	5	4	4	4	4	2	2	3	4	32
63	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
64	2	2	3	5	5	4	4	4	5	34
65	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36
66	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39
67	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40
68	4	4	3	4	4	4	3	3	3	32

No.	Skor Untuk Pernyataan No.									Skor Total
	X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{3.5}	X _{3.6}	X _{3.7}	X _{3.8}	X _{3.9}	
69	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
70	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
71	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
72	4	5	5	5	5	2	2	4	4	36
73	2	2	3	4	3	4	4	4	4	30
74	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
75	5	5	4	5	4	4	5	3	5	40
76	5	4	3	4	4	2	2	3	4	31
77	4	3	3	3	4	3	4	3	4	31
78	2	4	4	5	4	2	4	2	5	32
79	5	5	4	5	5	4	5	5	5	43
80	3	4	2	4	4	5	4	4	3	33

d. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Motivasi Hedonis (X₄)

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{4.1}	X _{4.2}	X _{4.3}	
1	5	5	5	15
2	5	5	5	15
3	4	4	5	13
4	4	4	3	11
5	5	5	4	14
6	4	4	2	10
7	5	4	4	13
8	5	5	3	13
9	3	4	3	10
10	5	5	5	15
11	5	4	4	13
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	4	4	3	11
16	5	5	4	14
17	4	4	4	12
18	3	3	2	8
19	4	4	4	12
20	5	4	3	12
21	4	4	3	11
22	4	4	4	12
23	5	4	4	13

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{4.1}	X _{4.2}	X _{4.3}	
24	5	5	3	13
25	5	5	4	14
26	4	5	5	14
27	5	4	4	13
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	3	3	3	9
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	5	5	5	15
34	5	5	3	13
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	5	5	4	14
38	5	4	4	13
39	5	5	5	15
40	4	4	4	12
41	5	5	5	15
42	4	4	4	12
43	5	5	5	15
44	3	4	4	11
45	5	5	4	14
46	5	5	5	15
47	5	5	4	14
48	5	5	5	15
49	4	4	4	12
50	4	4	3	11
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	4	4	4	12
55	5	5	5	15
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	4	4	5	13
59	4	4	4	12
60	5	5	5	15
61	4	4	4	12
62	5	5	4	14
63	5	5	4	14
64	5	5	4	14

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{4.1}	X _{4.2}	X _{4.3}	
65	5	4	3	12
66	5	5	3	13
67	5	4	5	14
68	5	4	3	12
69	5	4	3	12
70	4	5	5	14
71	4	4	4	12
72	3	4	5	12
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12
75	5	5	3	13
76	4	4	3	11
77	5	5	5	15
78	4	5	3	12
79	5	5	4	14
80	5	5	4	14

e. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Nilai Harga (X₅)

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{5.1}	X _{5.2}	X _{5.3}	
1	3	4	5	12
2	4	5	5	14
3	4	3	3	10
4	4	4	4	12
5	5	4	4	13
6	4	4	3	11
7	5	4	5	14
8	4	4	5	13
9	3	3	4	10
10	5	5	5	15
11	3	4	4	11
12	4	4	5	13
13	5	5	5	15
14	4	4	5	13
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	3	3	4	10
19	5	4	4	13

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	X _{5.1}	X _{5.2}	X _{5.3}	
20	5	5	5	15
21	5	4	5	14
22	4	4	4	12
23	5	4	4	13
24	4	4	4	12
25	4	3	4	11
26	5	5	5	15
27	4	5	5	14
28	4	5	5	14
29	5	5	3	13
30	3	4	3	10
31	4	5	5	14
32	5	3	5	13
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15
40	5	5	5	15
41	5	5	5	15
42	4	4	4	12
43	5	5	5	15
44	4	4	4	12
45	5	4	4	13
46	4	4	4	12
47	5	5	5	15
48	5	5	5	15
49	5	4	4	13
50	4	5	5	14
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	5	4	4	13
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	5	5	5	15
59	4	4	4	12
60	5	5	5	15

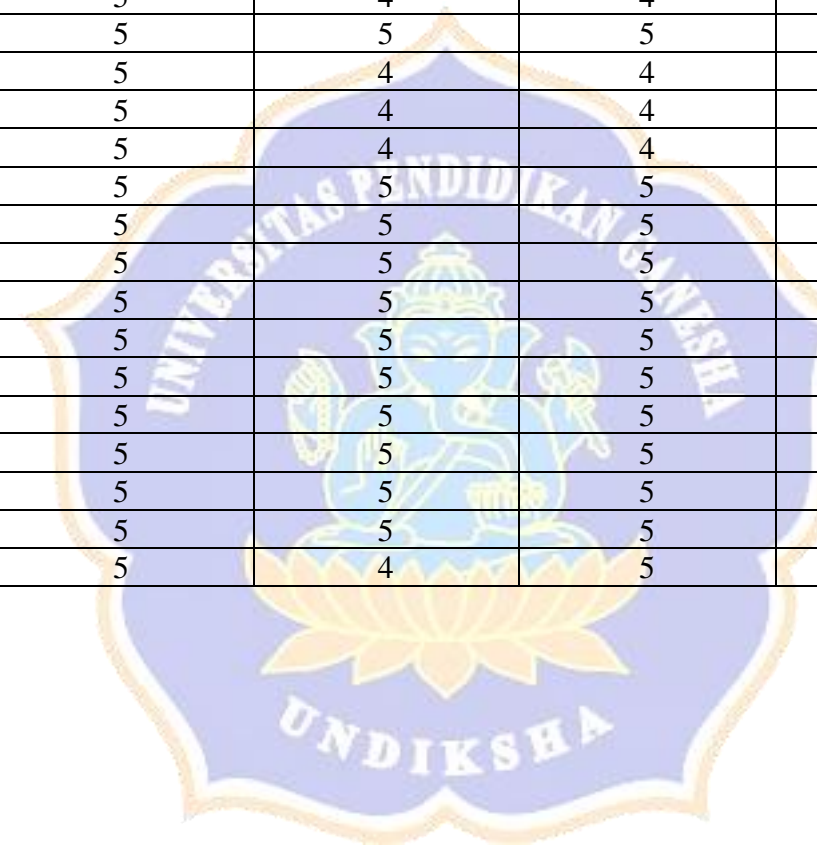
No.	Skor Pernyataan No.			Skor Total
	X _{5.1}	X _{5.2}	X _{5.3}	
61	4	4	4	12
62	4	4	4	12
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	4	5	14
68	5	4	4	13
69	5	4	4	13
70	5	5	5	15
71	5	5	5	15
72	4	4	4	12
73	5	5	4	14
74	5	5	4	14
75	5	5	5	15
76	4	4	5	13
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	4	4	13

f. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Minat Penggunaan QRIS (Y)

No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	
1	5	5	5	15
2	4	5	5	14
3	4	5	5	14
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	5	5	5	15
8	4	4	4	12
9	4	3	4	11
10	5	5	5	15
11	4	5	4	13
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total

	Y ₁	Y ₂	Y ₃	
15	4	4	4	12
16	5	4	4	13
17	4	4	4	12
18	4	5	3	12
19	5	5	4	14
20	5	3	4	12
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	5	5	4	14
24	5	5	5	15
25	4	5	5	14
26	5	5	4	14
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	3	3	4	10
31	5	5	5	15
32	5	4	4	13
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15
40	5	5	5	15
41	5	4	4	13
42	4	4	4	12
43	5	5	5	15
44	3	4	4	11
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15
47	4	5	5	14
48	5	5	5	15
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	4	5	4	13
54	5	5	5	15
55	5	5	5	15
No.	Skor Untuk Pernyataan No.			Skor Total

	Y.1	Y.2	Y.3	
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	5	4	4	13
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	5	4	4	13
66	5	5	5	15
67	5	4	4	13
68	5	4	4	13
69	5	4	4	13
70	5	5	5	15
71	5	5	5	15
72	5	5	5	15
73	5	5	5	15
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	4	5	14



Lampiran 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ekspektasi Kinerja	80	9	15	13.18	1.589
Ekspektasi Usaha	80	11	20	16.73	2.719
Faktor Sosial Budaya	80	27	45	36.94	3.872
Motivasi Hedonis	80	8	15	13.10	1.635
Nilai Harga	80	10	15	13.50	1.518
Minat Penggunaan QRIS	80	10	15	13.90	1.365
Valid N (listwise)	80				



Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Penelitian

a. Hasil Uji Validitas Variabel Ekspektasi Kinerja (X₁)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.400**	.579**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.400**	1	.368**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.579**	.368**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	80	80	80	80
X1	Pearson Correlation	.851**	.724**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

b. Hasil Uji Validitas Variabel Ekspektasi Usaha (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.673**	.579**	.465**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.673**	1	.651**	.452**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.579**	.651**	1	.595**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.465**	.452**	.595**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80

X2	Pearson Correlation	.830**	.860**	.843**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

c. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial Budaya (X3)

		Correlations									
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.466**	.424**	-.047	.152	.016	-.046	.169	.062	.464**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.676	.180	.890	.688	.133	.584	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.466**	1	.542**	.155	.301**	.006	.045	.176	.272*	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.169	.007	.961	.694	.118	.015	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.424**	.542**	1	.377**	.253*	.064	.142	.327**	.314**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.023	.575	.208	.003	.005	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	-.047	.155	.377**	1	.340**	.195	.169	.314**	.399**	.517**
	Sig. (2-tailed)	.676	.169	.001		.002	.083	.133	.005	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.5	Pearson Correlation	.152	.301**	.253*	.340**	1	.031	.002	.228*	.580**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.180	.007	.023	.002		.787	.986	.042	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.6	Pearson Correlation	.016	.006	.064	.195	.031	1	.717**	.469**	.095	.575**
	Sig. (2-tailed)	.890	.961	.575	.083	.787		.000	.000	.400	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.7	Pearson Correlation	-.046	.045	.142	.169	.002	.717**	1	.384**	.206	.569**
	Sig. (2-tailed)	.688	.694	.208	.133	.986	.000		.000	.067	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.8	Pearson Correlation	.169	.176	.327**	.314**	.228*	.469**	.384**	1	.335**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.133	.118	.003	.005	.042	.000	.000		.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.9	Pearson Correlation	.062	.272*	.314**	.399**	.580**	.095	.206	.335**	1	.568**
	Sig. (2-tailed)	.584	.015	.005	.000	.000	.400	.067	.002		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3	Pearson Correlation	.464**	.584**	.656**	.517**	.483**	.575**	.569**	.667**	.568**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

d. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Hedonis (X₄)

		X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.710**	.342**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	80	80	80	80
X4.2	Pearson Correlation	.710**	1	.504**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
X4.3	Pearson Correlation	.342**	.504**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	80	80	80	80
X4	Pearson Correlation	.792**	.863**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

e. Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Harga (X₅)

		X5.1	X5.2	X5.3	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.577**	.430**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
X5.2	Pearson Correlation	.577**	1	.612**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
X5.3	Pearson Correlation	.430**	.612**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
X5	Pearson Correlation	.807**	.877**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

f. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan QRIS (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.541**	.581**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	.541**	1	.727**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	.581**	.727**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
Y	Pearson Correlation	.816**	.882**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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



Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Kinerja (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	3

b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Usaha (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	4

c. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial Budaya (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	9

d. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Hedonis (X_4)

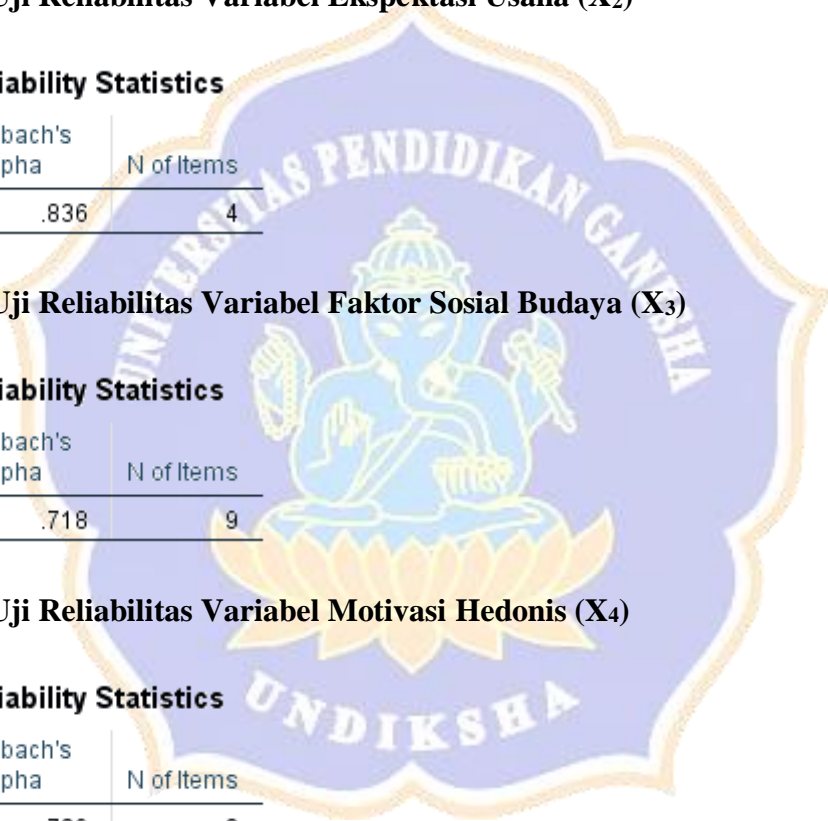
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

e. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Nilai Harga (X_5)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	3



f. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Penggunaan QRIS (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	3



Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88306210
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.043
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
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.



Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Toleranc	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	e	
1	(Constant)	3.340	1.387		2.409	.019		
	Ekspektasi Kinerja	.180	.073	.209	2.455	.016	.780	1.283
	Ekspektasi Usaha	.127	.048	.252	2.656	.010	.628	1.591
	Faktor Sosial Budaya	-.037	.029	-.106	-1.288	.202	.842	1.188
	Motivasi Hedonis	.298	.074	.357	4.018	.000	.717	1.394
	Nilai Harga	.263	.083	.292	3.179	.002	.668	1.496

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS

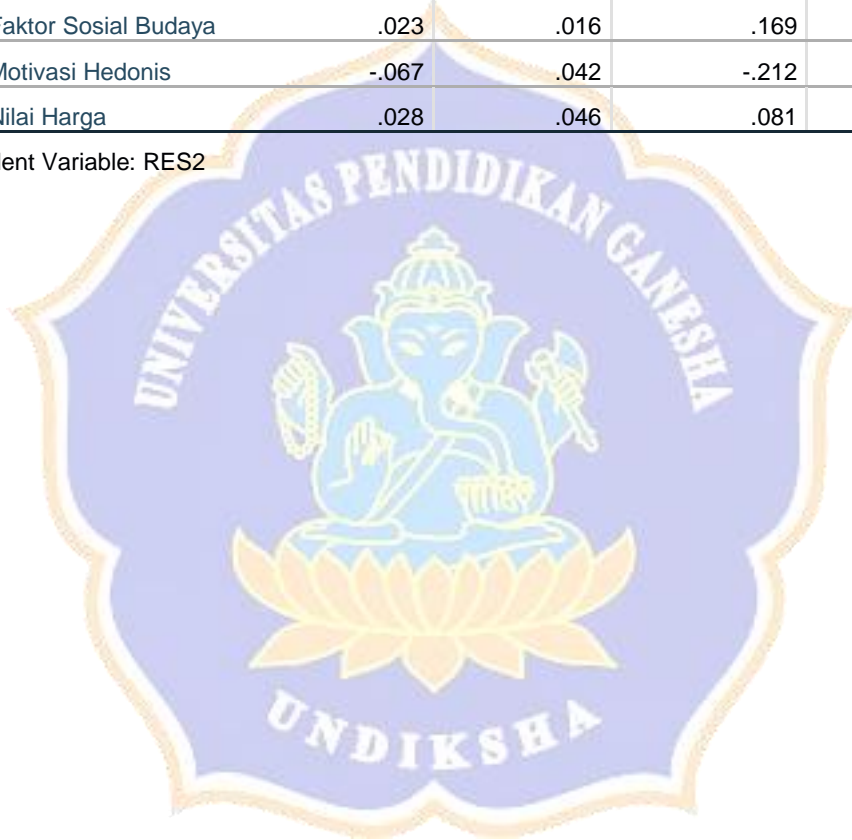


Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	.619	.778		.796	.428
	Ekspektasi Kinerja	.027	.041	.082	.647	.520
	Ekspektasi Usaha	-.035	.027	-.185	-1.314	.193
	Faktor Sosial Budaya	.023	.016	.169	1.397	.167
	Motivasi Hedonis	-.067	.042	-.212	-1.613	.111
	Nilai Harga	.028	.046	.081	.594	.554

a. Dependent Variable: RES2



Lampiran 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Penelitian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.581	.553	.912

a. Predictors: (Constant), Nilai Harga, Ekspektasi Kinerja, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis, Ekspektasi Usaha



Lampiran 11. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.596	5	17.119	20.564	.000 ^b
	Residual	61.604	74	.832		
	Total	147.200	79			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS

b. Predictors: (Constant), Nilai Harga, Ekspektasi Kinerja, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis, Ekspektasi Usaha



Lampiran 12. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.340	1.387		2.409	.019
	Ekspektasi Kinerja	.180	.073	.209	2.455	.016
	Ekspektasi Usaha	.127	.048	.252	2.656	.010
	Faktor Sosial Budaya	-.037	.029	-.106	-1.288	.202
	Motivasi Hedonis	.298	.074	.357	4.018	.000
	Nilai Harga	.263	.083	.292	3.179	.002

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS



RIWAYAT HIDUP



Luh Putu Ayu Kusuma Wardani lahir di Mataram, 12 Juli 1999. Penulis lahir dari pasangan suami istri Made Ardjana dan Made Muliani. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Jalan Srikandi, Gang Jempiring, Desa Sambangan, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 19 Cakranegara dan lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 7 Mataram dan lulus pada tahun 2014 . Pada tahun 2017 penulis lulus dari SMA Negeri 3 Mataram jurusan Ilmu Pengetahuan Alam. Kemudian penulis melanjutkan Strata 1 jurusan Ekonomi dan Akuntansi di Universitas Pendidikan Ganesha. Pada semester genap tahun 2021 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*".

