



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah  
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)  
Accredited No. 30/E/KPT/2019  
DOI: <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v8i1.19495>  
Volume 8, No. 1, 2023 (841-855)

---

# PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN TRANSAKSI QRIS PADA BSI DI SURABAYA

**Abdul Mujib**

Universitas Muhammadiyah Surabaya  
[abdulmujib@um-surabaya.ac.id](mailto:abdulmujib@um-surabaya.ac.id)

**Rukhul Amin**

Universitas Muhammadiyah Surabaya  
[rukhulamin@um-surabaya.ac.id](mailto:rukhulamin@um-surabaya.ac.id)

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi dan jaringan komputer di dunia saat ini mempunyai pertumbuhan yang semakin pesat, begitupun di Indonesia. Internet merupakan komponen terpenting dari kemajuan teknologi modern, hampir setiap aspek kehidupan tidak terlepas dengan teknologi internet. Teknologi informasi dan komunikasi digunakan oleh industri perbankan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan pada nasabahnya. Adanya perkembangan teknologi yang semakin baik memunculkan suatu teknologi baru yang dinamakan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standart*) yaitu alat untuk bertransaksi secara digital untuk menghindari physical distancing, dan untuk mempermudah pembayaran dengan efektif dan efisien.

Kata kunci: qris bank syariah, promosi bank syariah, layanan transaksi qris

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dan jaringan computer di dunia saat ini mempunyai pertumbuhan yang semakin pesat, begitupun di Indonesia. Internet adalah komponen terpenting dari kemajuan teknologi modern, hampir setiap aspek kehidupan tidak terlepas dengan teknologi internet. Komunikasi dan pencarian informasi keduanya difasilitasi oleh internet. Internet merupakan suatu teknologi yang terus dikembangkan oleh suatu perusahaan atau individu. Setiap individu dan setiap perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan penyampaian informasi serta perubahan sosial, ekonomi, dan budaya.

Teknologi informasi secara bertahap mengubah semua aspek aktivitas manusia. Ketersediaan teknologi memungkinkan penyelesaian tugas atau aktivitas apa pun dengan cepat dan efektif. Fitur media digital atau yang biasa disebut dengan internet merupakan salah satu kemajuan teknologi yang sedang ramai diperbincangkan saat ini. Segala aktivitas manusia dapat mengalami perubahan besar sebagai akibat dari internet. Semuanya bisa dilakukan secara online di era digital saat ini melalui platform internet seperti berbelanja, berkomunikasi, berdiskusi dan banyak aktivitas lainnya yang memanfaatkan fitur internet tersebut.<sup>1</sup>

Mulai tahun 2020, COVID-19 telah menyebar menjadi pandemi yang signifikan di banyak negara, termasuk Indonesia. Protokol kesehatan yang ketat adalah salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi penyebaran virus ini. Mengurangi kerumunan atau *physical distancing* merupakan salah satu protokol kesehatan yang harus dipraktikkan. Tingginya kasus corona di Indonesia juga membuat masyarakat khawatir ketika hendak belanja *offline* dengan pergi ke minimarket untuk memenuhi kebutuhan selama di rumah. Pandemi ini menyebabkan dampak terhadap kemampuan masyarakat untuk membeli barang atau jasa, akibat adanya *social distancing* yang tidak diperbolehkan masyarakat berinteraksi secara fisik dalam hal pembayaran.

Transaksi nontunai menjadi solusi terbaik untuk mempermudah masalah tersebut. Seperti yang diketahui uang tunai adalah salah satu transmisi penyebaran Covid-19. Karena banyak virus atau bakteri yang terkait dengan uang tunai, ketersediaan metode pembayaran digital (non tunai) memungkinkan konsumen untuk bertransaksi tanpa bersentuhan dengan konsumen lain atau alat pembayaran di *merchant*. Metode pembayaran kode QR adalah metode pembayaran digital yang menghindari interaksi langsung antara pembeli dan penjual. Selain itu, penggunaan QRIS memungkinkan berbagai transaksi pembayaran menjadi lebih mudah.

Industri perbankan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan pada nasabahnya. Hampir semua bank di berbagai negara di dunia, tidak terkecuali di Indonesia menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut beberapa penulis, pertumbuhan *fintech* telah mengantarkan era baru bagi perbankan. Teknologi semakin memudahkan pembayaran dan penerimaan barang ataupun jasa, sehingga dapat meningkatkan jumlah transaksi di masyarakat.<sup>2</sup> Sebagian besar sektor industri di Indonesia termasuk industri keuangan atau perbankan telah melakukan inovasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi terkini. Salah satu industri yang menyediakan layanan yang mendorong perekonomian nasional adalah perbankan. Selain itu, perbankan berfungsi sebagai lembaga keuangan

---

<sup>1</sup> Muhammad Iqbal, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis Qr Kode (Studi Kasus Pada Generasi Millennial Di Solo Raya). 2020.

<sup>2</sup> Adyan Setiawan Hapitana, 'Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Kota Suarabaya' (Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2021).

yang menerima dan menyalurkan dana dari masyarakat luas agar dapat digunakan secara efektif dan menguntungkan dalam kegiatan ekonomi.<sup>3</sup>

Penggunaan aplikasi pembayaran digital lebih nyaman digunakan dibandingkan dengan penggunaan uang tunai (dalam transaksi yang bernilai kecil) karena pengguna tidak perlu membawa uang tunai jika ingin bertransaksi. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggantikan peranan uang tunai (*currency*) ke dalam pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis.<sup>4</sup> Kode QR merupakan jenis perangkat modern yang mirip dengan barcode. Kode batang dua dimensi dalam warna hitam dan putih yang membentuk kode QR. Dapat menggunakan *smartphone* atau perangkat lunak untuk membaca kode QR khusus untuk membaca kode sistem dalam kode QR tanpa memerlukan pemindai khusus, saat kode dilihat atau dipindai menggunakan kamera *smartphone* seperti iPhone, Android, dan lain-lain. Penggunaan QRIS sebagai media QR untuk transfer uang elektronik telah diresmikan pada 1 Januari 2020. Menurut data dari BI 4,7 juta pelaku usaha (*merchant*) telah menggunakan metode pembayaran digital standar atau QRIS. Meskipun bukan alat transaksi utama, pembayaran digital memiliki kemampuan untuk menggantikan uang tunai sebagai bentuk pembayaran. QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*), standar nasional pembayaran QR Code yang ditetapkan BI untuk digunakan dalam memfasilitasi transaksi pembayaran digital melalui aplikasi uang berbasis server elektronik, dompet digital, dan *mobile banking*, merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang ditemukan.<sup>5</sup>

Meningkatnya jumlah penggunan *Smartphone* di Indonesia dari 65,2 juta pada tahun 2016 menjadi 74,9 juta di tahun 2017, menyebabkan adanya peningkatan frekuensi menggunakan QR Code sebesar 0,01% dari seluruh pembayaran. Karena pertumbuhan ekonomi digital, bank dan perusahaan telekomunikasi yang sedang berkembang kini berlomba-lomba menawarkan produk uang elektronik. Tercatat ada 39 pelaku usaha di Indonesia yang menerbitkan uang elektronik per Oktober 2019, menurut data statistik Bank Indonesia.<sup>6</sup> Perusahaan bersaing satu sama lain dengan menggunakan taktik pemasaran terbaik untuk mempromosikan produk mereka dan menarik banyak pelanggan. Melakukan promosi adalah salah satu cara untuk mencapai hal tersebut. Tujuan dari promosi adalah agar suatu produk dikenal oleh calon konsumen dan membujuk mereka untuk membelinya.

Promosi merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan warna, bentuk, jenis barang, harga serta kualitas dari suatu barang guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Cara yang

<sup>3</sup> Francis Tantri Thamrin Abdullah, *Bank Dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014).

<sup>4</sup> Nabila Aulia Zahra, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

<sup>5</sup> Lisniawati, 'Determinan Minat Mahasiswa Menggunakan Pembayaran Digital QRIS', 2021 <<http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/id/eprint/7393%0Ahttp://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/7393/1/1740100198.pdf>>.

<sup>6</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika and Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia Strategi Dan Sektor Potensial* (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).

digunakan dalam mempengaruhi konsumen ialah melalui informasi dan komunikasi antara penjual dan calon konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Dengan mempengaruhi konsumen secara terus menerus baik langsung maupun secara tidak langsung kegiatan promosi bertujuan agar calon konsumen dapat menganal terlebih dahulu produk yang ditawarkan kemudian tertarik dan kemudian dapat mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Metode ini dikenal metode kuantitatif karena data penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka dan analisisnya didasarkan pada statistik. Penelitian ini akan menggunakan data yang bersifat numeric atau angka yang menghasilkan sebuah interpretasi data arena berlandaskan pada filsafat positivism, maka metode ini disebut metode positivistic.

### **2. Populasi**

Populasi merupakan kategori luas yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang yang dipilih peneliti untuk dipelajari untuk membuat generalisasi dari temuan mereka. Populasi peneliti untuk penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya pengguna QRIS. Populasi dari penelitian ini yaitu nasabah BSI KCP Rungkut 1 Surabaya berjumlah 110 nasabah.

### **3. Sampel**

Sampel adalah salah satu ciri yang dimiliki populasi untuk penelitian (Sugiono 2014). Banyaknya individu, subjek, atau faktor lain yang diteliti yang akan dimasukkan dalam ukuran sampel.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas data digunakan dengan tujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dalam penelitian menunjukkan tingkat ketelitian alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang dinilai. Berikut ini adalah dasar untuk proses pengambilan keputusan tes dalam uji validitas. Apabila nilai  $r$  hitung bernilai positif serta  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka variabel atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Apabila nilai  $r$  hitung bernilai negatif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur indikator suatu variabel atau konsep. Suatu kuisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 93 2018 : 45). Suatu variabel atau konsttruk dapat dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60, maka

suatu konstruk dikatakan reliabel. Jika nilai Cronbach *Alpha* < 0,60, maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel

Perhitungan koefisien *Cronbach Alpha* dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel dependen dan independen terdapat kontribusi atau tidak. Suatu distribusi data tidak membentuk distribusi normal, maka data tersebut tidak normal, sebaliknya suatu data dikatakan normal apabila data tersebut berdistribusi normal. Sementara untuk uji statistik menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov untuk masing-masing variabel. Data penelitian dikatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp.Sig (2-tailed) variabel residu lebih besar dari 0,05 atau 5%, sebaliknya jika nilai Asymp.Sig (2-tailed) variabel residual lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka data tidak berdistribusi normal.

### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara faktor-faktor independen dalam model regresi. Dasar pengambilan keputusan menurut Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hermawan (2020) model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen.

### 5. Uji Heterokedesitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain. Dikatakan homoskedastisitas atau tidak adanya heteroskedastisitas jika variasi antara residual satu pengamatan dan residual dari pengamatan lain tetap ada. Kriteria terjadinya heterokedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikasinya 0,05 maka penelitian dapat dilanjutkan.

### 6. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memastikan ada atau tidaknya hubungan linear antara masing-masing variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka terdapat hubungan antara variabel bebas dan terikat. Sebaliknya, jika signifikansi < 0,05 maka tidak terdapat hubungan antara variabel dependen dan independen.

Untuk menentukan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) diperoleh dari jumlah sample atau responden dikurangi dua ( $df = n-2$ ), dalam penelitian terdapat responden sebanyak 86, berarti  $df = 86-2 = 84$  dan karena signifikansinya ( $\alpha$ ) ditetapkan sebesar 5% atau 0.05, maka diperoleh r tabel sebesar 0,212.

### 1. Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

Variabel kemudahan penggunaa dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 8 indikator. Deskripsi jawaban responden atas variabel tersebut dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap variabel Kemudahan Penggunaan di bawah ini.

#### Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X1)

NO	PERTANYAAN	Frekuensi Skor				Total	Mean	Kategori
		Jawaban						
		1	2	3	4			
1	Fitur dan layanan QRIS BSI mudah di pelajari	0	0	26	60	86	3,70	Sangat Setuju
2	Ketika menggunakan fitur dan layanan QRIS BSI saya tidak merasa kesulitan	0	1	25	60	86	3,69	Sangat Setuju
3	Fitur QRIS BSI dapat digunakan dengan mudah di manapun dan kapanpun	0	0	29	57	86	3,66	Sangat Setuju
4	Menurut saya transaksi menggunakan QRIS BSI sangat fleksibel	0	0	36	50	86	3,58	Sangat Setuju
5	Menurut saya fitur dan layanan QRIS BSI cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama	0	0	36	50	86	3,58	Sangat Setuju
6	Menurut saya fitur dan layanan QRIS BSI mudah dioperasikan	0	2	37	47	86	3,52	Sangat Setuju
7	Menurut saya fitur dan layanan QRIS BSI memberikan kemudahan kepada saya untuk	0	1	25	60	86	3,69	Sangat Setuju

	melakukan kegiatan transaksi							
8	Menurut saya fitur dan layanan QRIS BSI jelas dan mudah dipahami	0	0	32	54	86	3,63	Sangat Setuju

**Sumber:** Data yang Diolah, 2023

Hasil penelitian dari variabel X1.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 60 orang, setuju sebanyak 20 orang. Dan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata yang diperoleh dari variabel tersebut adalah 3,70 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti bahwa fitur dan layanan QRIS BSI mudah di pelajari oleh nasabah bank BSI.

Hasil penelitian X1.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 60 orang, setuju 25 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,69 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika menggunakan fitur dan layanan QRIS BSI nasabah tidak merasa kesulitan.

Hasil penelitian X1.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 orang, setuju 29 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,66 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa Fitur QRIS BSI dapat digunakan dengan mudah di manapun dan kapanpun.

Hasil penelitian X1.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang, setuju 36 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,58 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa transaksi menggunakan QRIS BSI sangat fleksibel bagi nasabah.

Hasil penelitian X1.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang, setuju 36 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,58 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa fitur dan layanan QRIS BSI cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama dalam menggunakannya.

Hasil penelitian X1.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang, setuju 37 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang dan sangat tidak

setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,52 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa fitur dan layanan QRIS BSI mudah dioperasikan.

Hasil penelitian X1.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 60 orang, setuju 25 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,69 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa fitur dan layanan QRIS BSI memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi.

Hasil penelitian X1.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 orang, setuju 32 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,63 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa fitur dan layanan QRIS BSI jelas dan mudah dipahami oleh nasabah.

## 2. Variabel Promosi (X2)

Variabel promosi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 indikator. Deskripsi jawaban responden atas variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel dibawah ini yang menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel promosi.

**Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X2)**

NO	PERTANYAAN	Frekuensi Skor Jawaban				Total	Mean	Kategori
		1	2	3	4			
1	Menurut saya iklan tentang QRIS yang dilakukan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya menarik dan kreatif	0	1	38	47	86	3,53	Sangat Setuju
2	Tujuan promosi yang digunakan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya tentang QRIS sangat efektif	0	0	41	45	86	3,52	Sangat Setuju
3	Promosi tentang QRIS yang diberikan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya memberikan informasi akurat bagi saya	0	1	41	44	86	3,50	Sangat Setuju

4	Promosi QRIS pada BSI KCP Rungkut 1 Surabaya sangat jelas dan tepat sasaran	0	1	35	50	86	3,57	Sangat Setuju
5	Kualitas iklan QRIS BSI KCP Rungkut 1 Surabaya bagus dan edukatif	0	3	37	46	86	3,50	Sangat Setuju
6	Menurut saya terdapat keragaman iklan QRIS BSI KCP Rungkut 1 Surabaya	0	1	41	44	86	3,50	Sangat Setuju

**Sumber:** Data yang Diolah, 2023

Hasil penelitian dari variabel X2.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang, setuju sebanyak 38 orang, tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata yang diperoleh dari variabel tersebut adalah 3,53 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti bahwa iklan tentang QRIS yang dilakukan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya menarik dan kreatif.

Hasil penelitian X2.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 orang, setuju 41 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,52 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa tujuan promosi yang digunakan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya tentang QRIS sangat efektif.

Hasil penelitian X2.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang, setuju 41 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,50 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa promosi tentang QRIS yang diberikan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya memberikan informasi akurat bagi nasabah.

Hasil penelitian X2.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang, setuju 35 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,57 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa promosi QRIS pada BSI KCP Rungkut 1 Surabaya sangat jelas dan tepat sasaran.

Hasil penelitian X2.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang, setuju 37 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,50 dan termasuk

dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas iklan QRIS BSI KCP Rungkut 1 Surabaya bagus dan edukatif.

Hasil penelitian X2.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang, setuju 41 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,50 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal

### 3. Variabel Minat (Y)

Variabel minat dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 6 indikator. Deskripsi jawaban responden atas variabel tersebut dapat di lihat pada Tabel dibawah ini yang menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel minat.

**Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat (Y)**

NO	PERTANYAAN	Frekuensi Skor				Total	Mean	Kategori
		Jawaban						
		1	2	3	4			
1	Saya niat dan tertarik menggunakan layanan QRIS BSI karena mudah dipahami dan mudah digunakan	0	0	29	57	86	3,66	Sangat Setuju
2	Saya niat dan tertarik menggunakan pembayaran dengan QRIS BSI karena lebih cepat dan dapat digunakan dimana saja	0	2	33	51	86	3,57	Sangat Setuju
3	Saya berminat menggunakan QRIS BSI ketika saya ingin melakukan transaksi non tunai	0	1	28	57	86	3,65	Sangat Setuju
4	Saya cenderung untuk selalu menggunakan layanan QRIS BSI	0	2	42	42	86	3,47	Sangat Setuju

5	Saya akan selalu menggunakan layanan QRIS BSI di masa yang akan datang	0	1	39	46	86	3,52	Sangat Setuju
6	Saya memiliki dorongan untuk terus menggunakan QRIS BSI di masa yang akan datang	0	1	40	45	86	3,51	Sangat Setuju
7	Saya berencana untuk menggunakan layanan QRIS BSI di masa depan	0	1	33	52	86	3,59	Sangat Setuju
8	Saya akan memprediksi menggunakan QRIS BSI di masa depan	0	1	40	45	86	3,51	Sangat Setuju

**Sumber:** Data yang Diolah, 2023

Hasil penelitian dari variabel Y1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 orang, setuju sebanyak 29 orang. Dan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata yang diperoleh dari variabel tersebut adalah 3,66 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti bahwa nasabah niat dan tertarik menggunakan layanan QRIS BSI karena mudah dipahami dan mudah digunakan.

Hasil penelitian Y2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 orang, setuju 33 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,57 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa nasabah niat dan tertarik menggunakan pembayaran dengan QRIS BSI karena lebih cepat dan dapat digunakan dimana saja

Hasil penelitian Y3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 orang, setuju 28 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,65 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa nasabah berminat menggunakan QRIS BSI ketika ingin melakukan transaksi non tunai.

Hasil penelitian Y4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 orang, setuju 42 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,47 dan

termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa nasabah cenderung untuk selalu menggunakan layanan QRIS BSI.

Hasil penelitian Y5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 orang, setuju 39 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,52 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar nasabah akan selalu menggunakan layanan QRIS BSI di masa yang akan datang.

Hasil penelitian Y6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 orang, setuju 40 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,51 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar nasabah memiliki dorongan untuk terus menggunakan QRIS BSI di masa yang akan datang.

Hasil penelitian Y7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 orang, setuju 33 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,59 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar nasabah berencana untuk menggunakan layanan QRIS BSI di masa depan.

Hasil penelitian Y8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 orang, setuju 40 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang dan sangat tidak setuju tidak ada. Hasil nilai rata-rata dari variabel tersebut adalah 3,51 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar nasabah memprediksi bahwa mereka akan menggunakan QRIS BSI di masa depan.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengujian hasil yang telah dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Transaksi QRIS BSI KCP Rungkut 1 Surabaya ditemukan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS BSI KCP Rungkut 1 Surabaya. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan dibuktikan dengan uji statistik t dimana  $t$  hitung (6,129)  $>$   $t$  tabel (1,98896) sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam penelitian ini kemudahan penggunaan QRIS BSI berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan QRIS dalam setiap transaksinya. Dengan adanya kemudahan ini menjadikan nasabah tidak memerlukan usaha yang tinggi untuk

mempelajarinya. Selain itu kemudahan yang diberikan oleh layanan aplikasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan kemudahan penggunaan QRIS dapat menjangkau banyak nasabah untuk berminat menggunakannya. Apabila kemudahan penggunaan layanan transaksi QRIS ditingkatkan maka akan diikuti meningkatnya minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS.

Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan QRIS BSI. Promosi menjadi daya tarik utama nasabah sebelum nasabah membuat keputusan untuk menggunakan QRIS dalam transaksi keuangan, sehingga selain kemudahan dalam penggunaan faktor promosi menjadi penting dalam membentuk minat nasabah untuk menggunakan QRIS BSI.

Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini kemudahan penggunaan dan promosi menjadi faktor penting dalam membentuk minat nasabah karena tanpa adanya promosi nasabah tidak akan pernah mengetahui kemudahan dalam menggunakan QRIS BSI di setiap transaksi keuangan, dan sebaliknya jika tidak ada kemudahan dalam penggunaan teknologi maka nasabah tidak akan berminat untuk menggunakan teknologi tersebut, sehingga sebaik apapun promosi yang dilakukan tidak mampu untuk membentuk minat nasabah dalam menggunakan QRIS BSI.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil Penelitian yang sudah dilakukan di Bank Syariah Indonesia Rungkut tentang pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Transaksi QRIS. Maka kesimpulan yang dapat diambil Terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. untuk pengaruh (persial) X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $6,129 > t$  tabel  $1,98896$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang terdapat pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Minat nasabah(Y).

Begitupun terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel promosi dan minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS pada BSI KCP Rungkut 1 Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. untuk pengaruh (persial) X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,958 > t$  tabel  $1,98896$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak yang terdapat pengaruh Promosi (X2) terhadap Minat nasabah (Y).

Terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS pada BSI KCP Rungkut 1 Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. untuk pengaruh (simultan) X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $65,504 > F$  tabel  $3.11$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan dan Promosi (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat nasabah (Y).

- Abdul Rachman dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)* (Jakarta: Kencana, 2004)
- Adi, Daniel Okky Rizki Kesuma, Aziz Fathoni, and Leonardo Budi Hasiolan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang.', *Journal of Management*, 4.4 (2018), 1–22
- Adyan Setiawan Hapitana, 'Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Kota Suarabaya' (Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2021)
- Ariana, Riska, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening', 2016, 1–23
- Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Ayatulloh Michael Musyaffi, Kayati, 'Dampak Kemudahan Dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: Technology Acceptance Model (TAM) Extension', 3.2 (2020)
- Bank Indonesia, *No Title*
- Ghozali, *Statistik Non Parametrik*, 2018
- Inayah, Romadhotul, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto)', 2020
- Informatika, Kementerian Komunikasi dan, and Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia Strategi Dan Sektor Potensial* (Jakarta: Puslitbang Aptika dan IKP, 2019)
- Iqbal, Muhammad, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis Qr Kode (Studi Kasus Pada Generasi Millennial Di Solo Raya)', 2020
- Lisniawati, I, 'Determinan Minat Mahasiswa Menggunakan Pembayaran Digital QRIS', 2021 <<http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/id/eprint/7393%0Ahttp://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/7393/1/1740100198.pdf>>
- Maulida, Isnaine, 'ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA BMT TARUNA SEJAHTERA CABANG TUNTANG SKRIPSI', 2016
- 'Metode Observasi: Pengertian, Macam Dan Contoh - Deepublish Store' <<https://deepublishstore.com/blog/metode-observasi/>> [accessed 8 April 2023]
- Nurdhifa, Siti, Birizqin Achmad, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, Universitas Islam, and others, 'Implementasi Technology Acceptance Model Dalam Mengevaluasi Perilaku Konsumen', 2020
- Paramitha, Dyah Ayu, and Dian Kusumaningtyas, *Qris*, 2020

- <[http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT\\_BUKU\\_DIAN\\_OK.pdf](http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT_BUKU_DIAN_OK.pdf)>  
'QR Code: Apa Itu, Bagian, Jenis-Jenis, Dan Cara Membuatnya'  
<<https://glints.com/id/lowongan/qr-code-adalah/#.Y2IK4vdBzIW>> [accessed 2 November 2022]
- Rahmanto, Khanif, 'Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2016, 1–91
- Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Bandung: PT Alfabet, 2010)
- Rithmaya, Chitra Laksmi, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16.1 (2016), 160 <<https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>>
- Sabrina Maula Balqis, 'Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rungkut 1 Surabaya' (Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2022)
- Sani, 'Metode Penelitian', 2018, 44–55
- Saputri, Eka Diah, 'Self Service Technology Terhadap Layanan Digital Bank Tulungagung', 2020
- Siregar, Dulmen Saif, 'Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (Qris)', 2021
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (ALFABETA, CV, 2016)
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Bank Dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014)
- Yasar, Ichsan Nur, 'Perceptions of the Use of Qris Electronic Money on the Millennial Generation in Dki Jakarta', *Manajemen Dewantara*, 6.1 (2022), 70–83  
<<https://doi.org/10.26460/md.v6i1.12032>>
- Zahra, N A, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri*, 2021
- Zahra, Nabila Aulia, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021