

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP APLIKASI NAGARI QR MERCHANT PADA CAFE SALEJOURN KOTA PADANG

Nabila Putri Sakinah¹⁾, Rika Desiyanti²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : ¹⁾ nabilaputrisakinah7@gmail.com, ²⁾ rikadesiyanti@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang melaju pesat, merambah ke berbagai sektor kehidupan. Adanya kemajuan teknologi memberikan dampak positif pada sektor ekonomi. Berawal dari keterbatasan dalam melakukan pembayaran, kemudian terciptalah suatu inovasi yang mempermudah dan mempercepat suatu kegiatan. Teknologi yang baru memberikan pengaruh terhadap sistem pembayaran. Sebelum terciptanya uang, manusia secara mandiri memenuhi kebutuhannya dengan barter. Barter adalah kegiatan tukar menukar barang yang terjadi tanpa perantara uang. Namun seiring berjalannya waktu manusia mulai menyadari kelemahan dari barter, yaitu manusia sulit mendapatkan individu yang saling membutuhkan satu sama lain. Dengan demikian sistem barter tidak dapat dijalankan secara bebas seperti sistem perdagangan dalam perekonomian yang modern [1]. Dalam upaya peningkatan layanan, pada tahun 2019 Bank Nagari memberikan sebuah aplikasi layanan yang dapat

mempermudah nasabahnya dalam melakukan transaksi yaitu Nagari Mobile Banking [2].

METODE

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dimana dalam pengambilan sampel akan menggunakan pertimbangan dengan beberapa kriteria penelitian guna meningkatkan ketepatan sampel [3]. Pengumpulan data yang akan dilaksanakan oleh penelitian ini yakni mengumpulkan data dengan cara membagikan kuesioner (angket) kepada seluruh customer Cafe Salejourn sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Jenis data yang diterapkan pada penelitian ini yakni data kuantitatif. Penelitian ini dibagi berdasarkan beberapa variabel, diantaranya : persepsi manfaat (X1), kemudahan penggunaan (X2), persepsi risiko (X3) dan aplikasi nagari qr merchant (Y). Pengukuran instrumental berupa analisis inferensial dilakukan terlebih dahulu,

sebelum hipotesis diuji. Analisis ini memeriksa kemungkinan data dengan memanfaatkan tahap pengujian menggunakan Validitas Confirmatory Factor Analysis (CFA) yang merupakan Fitur analisis faktor yang terdapat pada software SPSS for Windows versi 20.0 yang digunakan untuk memudahkan uji validitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 : Analisis Regresi Berganda

N O	Variabel	Koefisien	T	Sig	Kesimpulan
1	Persepsi Manfaat	-0.045	-0.414	0.680	Ditolak
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.729	5.134	0.001	Diterima
3	Persepsi Risiko	0.195	2.834	0.006	Diterima
Cons		6.133			

Sumber : data diolah dengan SPSS

Hasil pengujian hipotesis pertama terkait pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Aplikasi Nagari menemukan hasil yang negatif. Hal ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi bertanda negatif dengan perolehan nilai -0,045 dan nilai signifikansi 0.680 besar dari alpha 0,05 yang mana dapat diartikan hipotesis ditolak. Hasil pengujian hipotesis kedua terkait pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Aplikasi Nagari menemukan hasil yang positif. Hal ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi bertanda positif dengan perolehan nilai 0,729 dan nilai signifikansi 0.001 kecil dari alpha 0,05 yang mana dapat diartikan hipotesis diterima. Hasil pengujian hipotesis ketiga terkait pengaruh Persepsi Risiko terhadap Aplikasi

Nagari menemukan hasil yang positif. Hal ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi bertanda positif dengan perolehan nilai 0,195 dan nilai signifikansi 0.006 kecil dari alpha 0,05 yang mana dapat diartikan hipotesis diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat dikemukakan kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

1. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Aplikasi Nagari pada pelanggan di *Cafe Salejourn Padang*.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Aplikasi Nagari pada pelanggan di *Cafe Salejourn Padang*.
3. Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Aplikasi Nagari pada pelanggan di *Cafe Salejourn Padang*.

Hasil penelitian ini berimplikasi langsung dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan aplikasi dengan mengikuti faktor-faktor yang ada pada masing-masing variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- [2] Alfinaeka, & Batara daniel bagana. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputersasi Akuntansi*, 15(2), 299–307. <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i2.656>
- [3] Andespa, R. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah". Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2, No. 1.
- [4] Annur, C. M. 2022. "Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022". Dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> diakses pada tanggal 10 April 2022 Pukul 21.00 WIB.
- [5] Azzaharoo, R. A., & Estiningrum, S. D. 2021. "Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran". *Jurnal Manajemen Motivasi*, Vol. 17, No.10, 11.
- [6] Bakkara, F. P. F., & Wijayangka, C. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Fitur Bca Sakuku Di Bandung. *EProceedings of Management*, 7(2), 4087–4102.
- [7] Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 193–201.