

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor *Hedonisme*, Kebiasaan, dan *Price Value* Terhadap Penggunaan *QRIS* pada *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2021-2024)” yang ditulis oleh Salma Nuha, NIM 126401211034, Pembimbing Ibu Risdiana Himmati, M.Si.

Kata kunci: *QRIS*, *Mobile Banking*, *Hedonisme*, Kebiasaan, dan *Price Value*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi digital dan peningkatan penggunaan *QRIS* sebagai alat pembayaran digital, terutama di kalangan mahasiswa perbankan syariah. Fenomena ini menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *QRIS* seperti *hedonisme*, kebiasaan, dan *price value*.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh dari faktor *hedonisme*, kebiasaan, dan *price value* terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021-2024.

Metode penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Data yang digunakan yaitu data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Pengolahan data ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software E-views dan SPSS.

Hasil Penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor *hedonisme*, kebiasaan, dan *price value* berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *QRIS*. Sedangkan secara parsial faktor *hedonisme* berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking*. Faktor kebiasaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking*. Faktor *price value* berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *QRIS* pada *mobile banking*.

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Hedonism, Habits, and Price Value Factors on the Use of QRIS in Mobile Banking (Case Study on Islamic Banking Students of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Class of 2021-2024)" written by Salma Nuha, NIM 126401211034, Supervisor Mrs. Risdiana Himmati, M.Si.

Keywords: QRIS, Mobile Banking, Hedonism, Habits, and Price Value

This research is motivated by the development of digital technology and the increasing use of QRIS as a digital payment tool, especially among Islamic banking students. This phenomenon shows the importance of understanding the factors that influence QRIS adoption such as hedonism, habits, and price value.

The purpose of this study is to determine the influence of hedonism, habits, and price value factors on the use of QRIS in mobile banking among Islamic banking student class of 2021-2024.

This research method uses a quantitative approach with an associative type. The data used is primary data with data collection techniques using questionnaires. Data processing uses multiple linear regression analysis with the help of E-views and SPSS software.

The results of the study can be concluded that simultaneously the factors of hedonism, habits, and price value have a significant effect on the use of QRIS. While partially the hedonism factor has a significant effect on the use of QRIS in mobile banking. The habit factor does not significantly influence the use of QRIS in mobile banking. The price value factor significantly influences the use of QRIS in mobile banking.