

PENGARUH *PERCEIVED SECURITY*, *PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *BEHAVIOURAL INTENTION* *INDONESIAN STANDARD QUICK RESPONSE (QRIS)* PADA GEN-Z DI KOTA BATAM

*The Influence Of Perceived Security, Perceived Behavioural Control, And Social Influence
On Behavioural Intention Indonesian Standard Quick Response (Qris)
On Gen-Z In Batam City*

**Rizky Adi Mahendra ¹⁾, Estin Rose Eviyani ²⁾, Inda Meyllya Putri ³⁾, Destiana Safitri ⁴⁾,
Johny Budiman ⁵⁾**

Email: 2141134.rizky@uib.edu ¹⁾, 2141107.estin@uib.edu ²⁾, 2141143.indam@uib.edu ³⁾,
2141190.destiana@uib.edu ⁴⁾, 2141134.rizky@uib.edu johny.budiman@uib.ac.id ⁵⁾

Universitas Internasional Batam

Jalan Gajah Mada, Sei Ladi, Tiban Indah, Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29442

Abstract

Along with the rapid development of technology makes all human activities more effective and efficient from various fields, especially in the financial sector. One proof of the progress in the application of technological innovation in the financial industry is the cashless payment method. One method of non-cash payment is Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Bank Indonesia intensively conducts socialization related to QRIS, so that QRIS is increasingly known to the wider public and attracts a larger market. This study aims to analyze the factors of perceived security, perceived behavioural control, and social influence on the behavioural intention of Quick Response Indonesia Standard (QRIS) in gen-Z in Batam City. This study used non-probability samples with purposive sampling method. Purposive sampling is a sampling method that considers certain features to obtain a goal. In this study also using analytical methods carried out in two stages, namely external model analysis and inner model analysis. Outside model evaluation assesses the validity and reliability of indicators of each variable, whereas inner model analysis investigates research hypotheses. For data analysis we use SmartPLS software version 3.0. The results showed that perceived behavioral control significantly affected behavioral intention, perceived security had a significant effect on behavioral intention, and social influence did not have a significant effect on behavioral intention.

Keywords : QRIS, Behavioral Intention, Perceived Security, Perceived Behavioral Control, Social Influence

Abstrak

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi membuat semua aktivitas manusia menjadi lebih efektif dan efisien dari berbagai bidang khususnya dalam bidang keuangan. Salah satu bukti dari kemajuan penerapan inovasi teknologi dalam industri keuangan yaitu metode pembayaran non-tunai atau *cashless*. Salah satu metode dari pembayaran non-tunai adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia gencar melakukan sosialisasi terkait QRIS, supaya QRIS semakin dikenal masyarakat luas dan menggaet pasar lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang faktor-faktor *perceived security*, *perceived behavioural control*, dan *social influence* terhadap *behavioural intention Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* pada gen-Z di Kota Batam. Penelitian ini memakai sampel *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang mempertimbangkan fitur tertentu untuk memperoleh sebuah tujuan. Dalam penelitian ini juga memakai metode analisis dilakukan dalam dua tahapan yaitu analisis model luar serta analisis model dalam. Evaluasi model luar menilai validitas dan reliabilitas indikator dari setiap variabel, sedangkan analisis inner model menyelidiki hipotesis penelitian. Untuk analisa data kami menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan *Perceived behavioural control* signifikan mempengaruhi *behavioral intention*, *peceived security* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, dan *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Kata kunci: QRIS, Behavioral Intention, Perceived Security, Perceived Behavioral Control, Social Influence

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi membuat semua aktivitas manusia menjadi lebih efektif dan efisien dari berbagai bidang khususnya dalam bidang keuangan. Saat ini teknologi memberikan kontribusi besar dalam lingkungan bisnis dengan memperkenalkan mekanisme baru untuk memberikan servis yang lebih nyaman kepada konsumen (Wibowo & Sobari, 2023). *Financial technology* merupakan salah satu bukti dari kemajuan penerapan inovasi teknologi dalam industri keuangan atau finansial. Inovasi tersebut membawa penerapan metode pembayaran non-tunai atau *cashless* (Febriani et al., 2023). Transaksi non-tunai merupakan salah satu perkembangan dari inovasi teknologi. Contoh dari metode pembayaran non-tunai adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang merupakan metode pembayaran QR code yang dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia (QRIS, 2020). Bank Indonesia gencar melakukan sosialisasi terkait QRIS, supaya QRIS semakin dikenal masyarakat luas dan menggaet pasar lebih besar. Ini adalah contoh nyata dari komitmen Bank Indonesia untuk mengembangkan inovasi fitur QRIS secara berkelanjutan. Ini adalah bagian dari pelaksanaan Blueprint Sistem Pembayaran (BSPI) 2025, yang bertujuan untuk meningkatkan inklusi ekonomi dan keuangan digital sambil mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkelanjutan (Fajar, 2023).



Gambar 1: Grafik Pertumbuhan Jumlah Pengguna QRIS

Source: (Databoks.katadata.co.id, 2023)

Pertumbuhan QRIS dalam setahun terakhir mengalami peningkatan yang stabil bisa dilihat pada grafik Gambar 1. Menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Desember 2022 QRIS sudah menjapai 28,76 juta pengguna (Databoks.katadata.co.id, 2023). Kota Batam menjadi kota dengan jumlah pengguna QRIS terbesar di Provinsi Kepulauan Riau dengan total pengguna pada periode Januari hingga Juni 2023 mencapai 345 ribu. Total transaksi masyarakat Batam juga tergolong besar pada Juni 2023 mencapai Rp 1 triliun. Berdasarkan data peningkatan tersebut, perlu diketahui dan dipelajari apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *behavioural intention* pengguna terhadap QRIS. Berdasarkan sensus penduduk 2020 proporsi generasi Z merupakan yang terbesar kedua setelah generasi Y dengan presentase 27,12 persen dari total populasi di Kota Batam (Harsanto, 2023). Generasi Z (1997–2010) atau juga dikenal sebagai generasi digital menjadi target utama dari sasaran penggunaan QRIS, karena gen-Z merupakan generasi yang sejak dilahirkan terhubung dengan teknologi dan digital (Adinda, 2022; Lanier, 2017). Karena semua serba digitalisasi maka cara penyampaian promosi juga dilakukan secara digital melalui platform digital atau sosial media (Adinda, 2022).

Penelitian terdahulu terkait *behavioural intention* diantaranya penelitian yang dilakukan Setiawan et al. (2022) dan Wibowo & Sobari (2023) menyebutkan *social influence* memiliki hubungan signifikan positif terhadap *behavioural intention* penggunaan metode pembayaran QRIS. Akan tetapi, terdapat ketidakkonsistenan hasil dengan riset dari Febriani et al. (2023) meneliti mengenai hubungan *social influence* terhadap *behavioural intention* QRIS hasilnya memiliki hubungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* UMKM dalam menggunakan QRIS. Hal tersebut mempunyai kesamaan hasil dari Mayanti (2020) yang dimana *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention* penggunaan QRIS. Sejumlah penelitian lainnya seperti yang dilaksanakan oleh Liébana-Cabanillas et al. (2017) dan Raninda et al. (2022) menemukan bahwa *perceived security* signifikan terhadap *behavioural intention*. Namun, penelitian dari Lau et al. (2019)

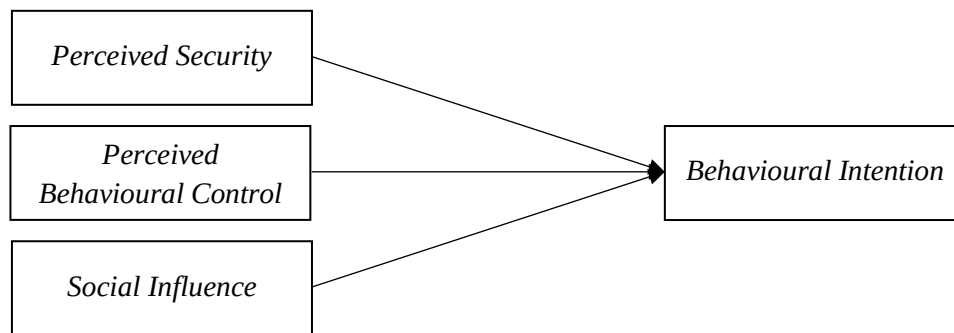
mendapatkan temuan yang berlainan yang dimana menemukan bahwa *perceived security* memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap *behavioural intention* pengguna *mobile payment*. Atas ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut, maka penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk menganalisis mengenai faktor-faktor pengaruh *perceived security*, *perceived behavioural control*, dan *social influence* terhadap *behavioural intention Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* pada gen-Z di Kota Batam.

Berdasarkan pemaparan tersebut adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: *Perceived behavioural control* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioural intention*.

H₂: *Perceived security* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioural intention*.

H₃: *Social influence* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioural intention*.



Gambar 2. Model Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang didasari atas idiologi positivisme, dimana penelitian ini dipergunakan untuk mengkaji populasi dan sampel terpilih untuk mengumpulkan data dan analisa data kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan (Raninda et al., 2022). Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat apakah ada pengaruh *perceived behavioural control*, *perceived security*, dan *social influence* terhadap *behavioural intention Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*.

Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang digunakan merupakan Kota Batam. Alasan pemilihan lokasi karena sesuai dengan data yang ada bahwa Kota Batam menjadi kota dengan jumlah pengguna QRIS terbesar di Provinsi Kepulauan Riau (Fajar, 2023). Target populasi dalam penelitian ini adalah pengguna QRIS yang memiliki domisili di Kota Batam yang berusia 11-26 tahun dengan jumlah populasi sebanyak 324,355 ribu jiwa berdasarkan sensus penduduk yang telah dilakukan ditahun 2020. Menurut Hair et al. (2017) jumlah sampel dalam penelitian dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah pertanyaan kuesioner dengan 10, maka dari itu perhitungan yang dilakukan untuk menentukan jumlah sampel yaitu $n = \text{jumlah pertanyaan} \times 10$. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini 25 pertanyaan, jadi berdasarkan rumus diperoleh $n = 25 \times 10 = 250$ responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data yang dihimpun didasari atas jawaban responden atas pertanyaan kuesioner yang disebarakan menggunakan *google form*. Untuk mengukur indikator masing-masing variabel, kuesioner dibuat dengan menggunakan skala Likert lima poin. Penelitian ini memakai sampel *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang mempertimbangkan fitur tertentu untuk memperoleh sebuah tujuan. Dalam penelitian ini juga memakai metode analisis dilakukan dalam dua tahapan yaitu analisis model luar serta analisis model dalam. Evaluasi model luar menilai validitas dan reliabilitas indikator dari setiap variabel, sedangkan analisis inner model menyelidiki hipotesis penelitian. Untuk analisa data kami menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Pengukuran

Variabel	Sumber	Indikator Pengukuran
<i>Behavioural Intention</i>	(Siagian et al., 2022)	1. Saya mengatakan hal-hal positif tentang QRIS. 2. Saya merekomendasikan metode pembayaran QRIS. 3. Saya menggunakan metode pembayaran QRIS tanpa adanya biaya tambahan. 4. Saya akan menggunakan metode pembayaran QRIS di masa mendatang. 5. Saya menggunakan metode pembayaran QRIS dalam jangka panjang.
<i>Perceived Behavioural Control</i>	(Tian et al., 2023)	1. Penggunaan QRIS sepenuhnya berada dalam kendali saya. 2. Saya mempunyai sumber daya untuk menggunakan QRIS. 3. Saya mempunyai kemampuan untuk menggunakan QRIS. 4. Saya melihat diri saya mampu menggunakan QRIS. 5. Jika sepenuhnya terserah saya, saya yakin saya akan menggunakan metode pembayaran QRIS.
<i>Perceived Security</i>	(Siagian et al., 2022)	1. Transmisi informasi metode pembayaran QRIS aman. 2. Saya merasa bertransaksi dengan metode pembayaran QRIS aman. 3. Saya merasa menggunakan metode pembayaran QRIS terlindungi dari peretasan. 4. Pihak yang tidak berkepentingan tidak akan menyadap data pengguna QRIS. 5. Metode pembayaran dengan menggunakan QRIS aman dari peretasan. 6. Data yang dikirim tidak dapat diubah oleh pihak ketiga. 7. Data yang dikirim tidak dapat diubah oleh pihak lain.
<i>Social Influence</i>	(Suo et al., 2021)	1. Saya akan menggunakan metode pembayaran QRIS jika orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakannya. 2. Saya akan menggunakan metode pembayaran QRIS jika orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakannya. 3. Saya akan menggunakan metode pembayaran QRIS jika orang yang pendapatnya saya hormati menyarankan saya untuk menggunakannya. 4. Saran dan rekomendasi teman akan mempengaruhi keputusan saya untuk mengadopsi metode pembayaran QRIS. 5. Anggota keluarga atau kerabat akan mempengaruhi keputusan saya untuk mengadopsi metode pembayaran QRIS. 6. Saya akan mengadopsi metode pembayaran QRIS jika rekan kerja atau teman sekelas saya menggunakannya. 7. Informasi dari media massa (misal: TV, radio, koran, internet) akan mempengaruhi keputusan saya untuk mengadopsi metode pembayaran QRIS. 8. Saya akan mengadopsi metode pembayaran QRIS jika layanan tersebut banyak digunakan oleh orang-orang di lingkungan saya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Demografi Responden

Tabel 2. Frekuensi Penggunaan QRIS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak sama sekali	32	10.9	10.9	10.9
	1-4 kali dalam seminggu	141	48.1	48.1	59.0
	Lebih dari 5 kali dalam seminggu	120	41.0	41.0	100.0
	Total	293	100.0	100.0	

Dari hasil data responden pada tabel 2 yang mengisi kuesioner yang telah dibagikan, sebanyak 32 orang dengan persentase sebanyak 10.9% merupakan responden yang sama sekali tidak pernah menggunakan metode pembayaran QRIS. Sedangkan sebanyak 141 orang dengan persentase 48.1% merupakan responden yang menggunakan pembayaran QRIS sebanyak 1-4 kali dalam seminggu. Adapula responden yang melakukan pembayaran lebih dari 5 kali dalam seminggu sebanyak 120 responden dengan persentase 41.0%.

Tabel 3. Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11-15 tahun	1	.3	.3	.3
	16-20 tahun	195	66.6	66.6	66.9
	21-26 Tahun	91	31.1	31.1	98.0
	> 26 Tahun'	6	2.0	2.0	100.0
	Total	293	100.0	100.0	

Pada tabel 3 menunjukkan sebesar 0.3% merupakan responden pada generasi Z yang berusia dari 11-15 tahun. Pada usia 16-20 tahun merupakan frekuensi usia terbanyak pada generasi-Z yaitu sebanyak 195 responden dengan persentase sebesar 66.6%. Sedangkan untuk usia 21-26 tahun, usia responden yang diterima sebanyak 91 orang dengan persentase sebesar 31.1%, dan sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 2.0% merupakan responden yang berusia lebih dari 26 tahun.

Tabel 4. Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<2.000.000	137	46.8	46.8	46.8
	2.000.000 - 4.500.000	91	31.1	31.1	77.8
	4.500.000 - 7.000.000	49	16.7	16.7	94.5
	>7.000.000	16	5.5	5.5	100.0
	Total	293	100.0	100.0	

Rentang penghasilan yang ditunjukkan pada tabel 4, menunjukkan bahwa responden terbesar terletak pada responden yang memiliki penghasilan < 2.000.000 yaitu sebanyak 137 responden dengan persentase sebanyak 46.8%, sedangkan untuk penghasilan dengan rentang 2.000.000-4.500.000 memiliki frekuensi responden sebanyak 91 orang dengan persentase sebesar 31.1%. Selain itu, ada juga responden yang memiliki penghasilan dengan rentang penghasilan 4.500.000-7.000.000 dengan responden sebanyak 49 orang dengan persentase 16.7%. Adapula responden yang berpenghasilan >7.000.000 memiliki persentase sebesar 5.5% dengan jumlah responden sebanyak 16 orang.

Tabel 5. Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	106	36.2	36.2	36.2
	Pegawai Negeri	7	2.4	2.4	38.6
	Wiraswasta	29	9.9	9.9	48.5
	Tidak Bekerja	151	51.5	51.5	100.0
	Total	293	100.0	100.0	

Berdasarkan data tabel 5. yang menunjukkan bahwa responden mayoritas yang mengisi kuesioner sebesar 151 orang dengan kriteria tidak bekerja sebesar 51.5%. Responden dengan status pekerjaan karyawan swasta sebanyak 106 responden dengan persentase sebesar 36.2%, sedangkan responden dengan status pekerjaan sebagai pegawai negeri yaitu sebanyak 7 responden dengan persentase sebanyak 2.4%. Responden yang berjumlah sebanyak 29 orang dengan persentase 9.9% merupakan responden yang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta.

Tabel 6. Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Batam Kota	89	30.4	30.4	30.4
	Batu Ampar	6	2.0	2.0	32.4
	Sekupang	76	25.9	25.9	58.4
	Batu Aji	22	7.5	7.5	65.9
	Belakang Padang	2	.7	.7	66.6
	Bengkong	15	5.1	5.1	71.7
	Lubuk Baja	55	18.8	18.8	90.4
	Nongsa	9	3.1	3.1	93.5
	Sagulung	15	5.1	5.1	98.6
	Sei Beduk	4	1.4	1.4	100.0
	Total	293	100.0	100.0	

Dari 293 responden, sebesar 30.4% responden merupakan responden yang berdomisili di Batam Kota dengan jumlah responden sebanyak 89 orang. Responden terbesar kedua yaitu sebesar 25.9% merupakan 76 responden yang bertempat tinggal di Sekupang. Responden dengan 55 orang sebesar 18.8% merupakan responden yang berdomisili di Lubuk Baja. Sedangkan responden yang bertempat tinggal di Batu Aji sebesar 7.5% dengan jumlah responden sebanyak 22 orang. Dua kecamatan yang memiliki responden dan persentase yang sama, yaitu dengan jumlah sebanyak 15 responden dengan persentase sebesar 5.1% merupakan responden yang berdomisili di Bengkong dan Sagulung. Sedangkan responden berdomisili di Nongsa sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar 3.1%, Sei Beduk sebesar 1.4% dengan 4 responden, dan Belakang Padang sebesar 0.7% dengan total responden sebanyak 2 orang.

2. Uji Reliabilitas dan Validitas

Dalam menganalisis sebuah data penelitian, langkah pertama yang dilakukan yaitu melakukan analisis konfirmatori terhadap indikator dari masing-masing variabel dengan menggunakan indikator validitas dan reliabilitas. Uji validitas dipergunakan untuk mengamati apakah setiap indikator dari variabel sudah searah dengan teori yang dipergunakan sebagai sumber rujukan dalam sebuah penelitian. Uji validitas yang dipergunakan pada penelitian ini adalah *discriminant validity* dan *convergent validity*. *Convergent validity* akan digambarkan dalam tabel 7. berupa *outer loadings* dan untuk *discriminant validity* dalam penelitian ini akan ditunjukkan pada tabel 9. berupa *discriminant validity* yang dinilai dengan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker Criterion*. Sedangkan uji reliabilitas dalam penelitian ini akan ditunjukkan pada tabel 8. berupa *construct reliability and validity*.

Tabel 7. Outer Loadings

	Behavioural Intention	Perceived Behavioural Control	Perceived Security	Social Influence
BI1	0.814			
BI2	0.866			
BI3	0.717			
BI4	0.850			
BI5	0.820			
PBC1		0.820		
PBC2		0.864		
PBC3		0.865		
PBC4		0.871		
PBC5		0.822		
PS1			0.847	
PS2			0.828	
PS3			0.853	
PS4			0.860	
PS5			0.852	
PS6			0.833	
PS7			0.865	
SI1				0.877
SI2				0.884
SI3				0.889
SI4				0.878
SI5				0.831
SI6				0.908
SI7				0.815
SI8				0.851

Tabel 7. diatas menunjukkan *outer loadings* yang dimana data tersebut diperoleh dari SmartPLS. Dalam indikator *outer loadings* sebuah nilai yang dihasilkan dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai dari tiap-tiap indikator *outer loadings* lebih besar dari 0.7. Berdasarkan hasil dari Tabel 6. diatas, semua indikator dari tiap-tiap variabel di *outer loadings* memiliki nilai *outer loadings* yang lebih besar daripada 0.7. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator dari tiap-tiap variabel dapat dikatakan valid dan mempunyai *convergent validity* yang baik. Dalam *outer loadings*, nilai yang semakin tinggi akan menggambarkan indikator tersebut semakin penting dalam merefleksikan variabelnya. Pada variabel *Behavioural Intention*, nilai tertingginya adalah 0.866 yang berada pada indikator BI2 (Saya merekomendasikan metode pembayaran QRIS) yang menunjukkan bahwa indikator ini merupakan indikator paling penting yang merefleksikan variabel *Behavioral Intention*. Kemudian pada variabel *Perceived Behavioural Control*, nilai tertingginya adalah 0.871 yang berada pada indikator PBC4 (Saya melihat diri saya mampu menggunakan QRIS) yang menunjukkan bahwa indikator ini merupakan indikator paling penting yang merefleksikan variabel *Perceived Behavioural Control*. Selanjutnya pada variabel *Perceived Security* nilai tertinggi adalah 0.865 yang berada pada indikator PS7 (Data yang dikirim tidak dapat diubah oleh pihak lain) yang menunjukkan bahwa indikator ini merupakan indikator paling penting yang merefleksikan variabel *Perceived Security*. Terakhir, pada variabel *Social Influence* nilai tertinggi sebesar 0.908 pada indikator SI6 (Saya akan mengadopsi metode pembayaran QRIS jika rekan kerja/teman sekelas saya menggunakannya) yang menunjukkan bahwa indikator ini merupakan indikator paling penting yang merefleksikan variabel *Social Influence*.

Tabel 8. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Behavioural Intention	0.873	0.877	0.908	0.665
Perceived Behavioural Control	0.903	0.906	0.928	0.720
Perceived Security	0.936	0.941	0.947	0.720
Social Influence	0.953	0.955	0.960	0.752

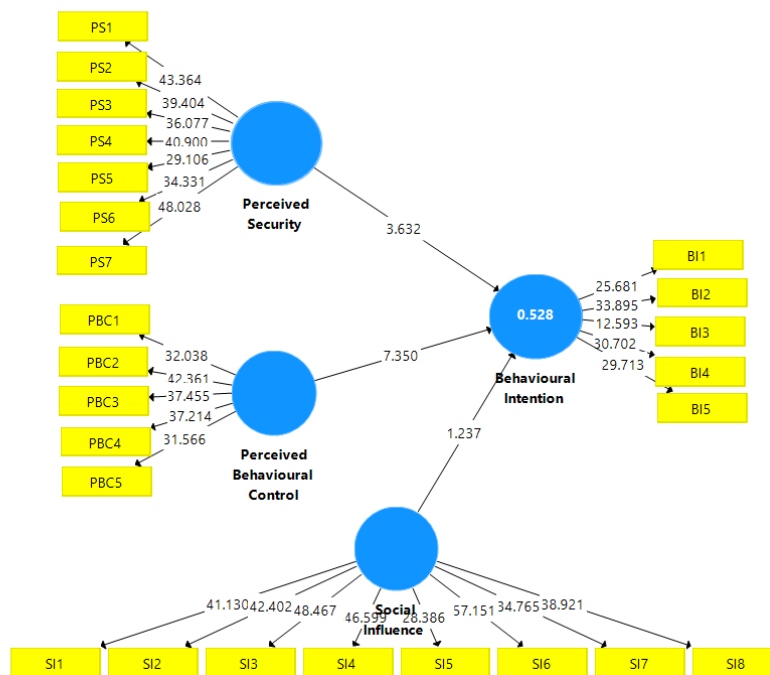
Pada Tabel 8. diatas, terdapat beberapa indikator penilaian dalam *construct reliability and validity* yaitu dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, *rho_A*, *Composite Reliability*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Pada indikator *Cronbach's Alpha*, sebuah nilai dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai lebih tinggi daripada 0.6. Kemudian pada indikator *rho_A* 0.7. pada indikator *Composite Reliability*, suatu variabel yang memiliki nilai lebih tinggi dari pada 0.7 dapat dikatakan reliabel. Selain itu, pada indikator *Average Variance Extracted (AVE)*, sebuah variabel dapat dinyatakan reliabel ketika memiliki nilai lebih tinggi dari 0.5. Berdasarkan hasil dari tabel 2. diatas, seluruh variabel mempunyai nilai yang lebih besar dari masing-masing indikator penilaian, yang dimana seluruh variabel mempunyai nilai yang lebih besar daripada 0.7 pada indikator penilaian *Cronbach's Alpha*, lebih tinggi daripada 0.7 pada indikator penilaian *rho_A*, lebih tinggi daripada 0.7 pada indikator penilaian *Composite Reliability*, dan lebih tinggi daripada 0.5 pada indikator penilaian *Average Variance Extracted (AVE)*. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel pada semua indikator penilaian.

Tabel 9. Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)

	Behavioural Intention	Perceived Behavioural Control	Perceived Security	Social Influence
Behavioural Intention	0.815			
Perceived Behavioural Control	0.694	0.849		
Perceived Security	0.633	0.698	0.849	
Social Influence	0.489	0.538	0.615	0.867

Tabel 9. diatas menggambarkan *discriminant validity* dengan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker Criterion*. Pada *discriminant validity*, sebuah nilai yang baik digambarkan dengan nilai akar dari AVE yang merupakan *Fornell-Larcker Criterion* dari tiap variabel (angka yang bercetak tebal) lebih tinggi daripada nilai korelasi antar variabel yang berada dibawahnya. Pada tabel diatas, dapat dilihat pada kolom *Behavioural Intention*, nilai dari akar AVE *Behavioural Intention* lebih tinggi ketimbang dari variabel-variabel lain dibawahnya seperti *Perceived Behavioural Control*, *Perceived Security*, dan *Social Influence*. Kemudian pada kolom *Perceived Behavioural Control*, nilai akar dari AVE variabel *Perceived Behavioural Control* lebih besar daripada variabel-variabel lain dibawahnya seperti *Perceived Security*, dan *Social Influence*. Selanjutnya, pada kolom *Perceived Security*, nilai akar dari AVE *Perceived Security* lebih tinggi ketimbang dari variabel lain dibawahnya yaitu *Social Influence*, begitu juga pada kolom *Social Influence*. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator akar dari AVE mempunyai nilai korelasi yang lebih tinggi daripada variabel lainnya yang berada dibawahnya dan dianggap memenuhi syarat atau sesuai dengan kriteria validitas serta dinyatakan valid.

Setelah melakukan pengukuran validitas dan reliabilitas dari masing-masing variabel, selanjutnya dilakukan penilaian dan pengujian hipotesis model struktural. Untuk menguji hipotesis data di analisis peneliti menggunakan SmartPLS 3 dengan metode *bootstrap*. Hasilnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Jalur Diagram dan Struktur Model

3. Uji Hipotesis

Tabel 10. Uji Hipotesis

	Path Coefficients	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Perceived Behavioural Control -> Behavioural Intention	0.476	0.065	7.350	0.000
Perceived Security -> Behavioural Intention	0.252	0.070	3.632	0.000
Social Influence -> Behavioural Intention	0.078	0.063	1.237	0.216

Besarnya pengaruh (negatif atau positif) antar variabel ditentukan oleh *path coefficients*. Sedangkan, nilai t statistik menunjukkan signifikan atau tidaknya pengaruh tersebut. Nilai dari *path coefficient* dan t statistik dari penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 10. Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa hipotesis H₁ diterima ini dibuktikan dengan nilai t statistik diatas 1,96 yaitu sebesar 7.350 dan nilai p kurang dari 0,05. Maka *perceived behavioural control* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *behavioral intention* Gen Z menggunakan QRIS. Perolehan dari penelitian ini menunjang teori terdahulu yaitu (Ho et al., 2020; Nugroho et al., 2018) yang dimana mengatakan *perceived behavioural control* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat untuk menggunakan QRIS. Dapat disimpulkan bahwa niat penggunaan QRIS sepenuhnya berada dalam kendali responden. Selain itu *perceived behavioural control* memiliki nilai t statistik yang paling besar dalam penelitian ini, ini menunjukan variable *perceived behavioural control* mempunyai pengaruh paling besar dan dominan terhadap *behavioural intention*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 10. *perceived security* berpengaruh positif dengan nilai koefisien 0.252 terhadap *behavioural intention*. Hipotesis H₂ diterima dengan nilai t 3,632 > 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000. Ini membuktikan bahwa jika keamanan yang dirasakan seseorang dari penggunaan metode pembayaran QRIS semakin tinggi maka *behavioural intention* untuk menggunakan QRIS juga meningkat. Keamanan menjadi pertimbangan bagi responden untuk menggunakan suatu aplikasi atau sistem. Mayoritas responden setuju jaminan keamanan data yang tersimpan pada QRIS aman dari peretasan dan setuju layanan QRIS selalu tepat dan akurat. Namun pada hipotesis H₃ ditolak karena nilai t statistik lebih kecil dari pada 1,96. Ini menunjukan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention*. Ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mayanti, 2020) yang menemukan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan metode pembayaran QRIS. Pengaruh sosial dari

lingkungan sekitar, informasi media massa dan pengaruh dari orang lain tidak akan mempengaruhi niat penggunaan QRIS pada Gen Z.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Faktor-faktor yang termasuk kedalam model dari penelitian yang dilakukan adalah *perceived behavioural control*, *perceived security*, dan *social influence*. Berdasarkan model tersebut peneliti mengembangkannya menjadi tiga hipotesis. Dua dari tiga hipotesis diterima dimana *perceived behavioural control* secara langsung mempengaruhi *behavioural intention* (H_1), *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* (H_2), dan *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* (H_3). Ditemukan bahwa faktor terkuat atau paling besar yang mempengaruhi minat perilaku Gen Z untuk menggunakan metode pembayaran QRIS adalah *perceived behavioural control*. Para pebisnis dan lembaga pemerintah yang mengelola QRIS dapat mempertimbangkan masukan untuk lebih memberikan informasi terkait fitur keunggulan dan jaminan keamanan dari metode pembayaran QRIS, supaya penggunaan metode pembayaran QRIS dapat lebih menarik minat masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada penelitian di masa depan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang lebih luas. Selain itu, penelitian di masa mendatang juga perlu mempelajari cakupan populasi yang lebih komprehensif, seperti profesional dan praktisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standards (QRIS) Sebagai Teknologi pembayaran Digital. *CONTEMPORARY STUDIES IN ECONOMIC, FINANCE, AND BANKING*, 1(1), 167–176.
- Aldenny, M., Weniko, Y. P., Sfenrianto, S., & Wang, G. (2019). Behaviour intention of information technology students using youtube as learning resources. *2019 4th International Conference on Information Technology, Information Systems and Electrical Engineering, ICITISEE 2019*, 6, 457–462. <https://doi.org/10.1109/ICITISEE48480.2019.9003833>
- Arwin, A., Yuliana, Y., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 6(2), 680–690.
- Austin Makaba, K. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Masyarakat Gen Y dalam Menggunakan QRIS pada Berbagai Toko Ritel di Kota Batam. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 2(1), 60–70. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1386>
- Baskoro, H. A., & Amini, A. (2020). Analysis of factors influencing consumer intention toward Indonesia QR mobile payment. *Understanding Digital Industry*, 112–116. <https://doi.org/10.1201/9780367814557-28>
- Databoks.katadata.co.id. (2023). Ini Pertumbuhan Jumlah Pengguna QRIS sampai Akhir 2022. *Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/ini-pertumbuhan-jumlah-pengguna-qr-is-sampai-akhir-2022>
- Fajar, A. (2023). Pengguna QRIS Di Batam Terbanyak di Kepri. *Gowest.Id*. <https://gowest.id/pengguna-qr-is-di-batam-terbanyak-di-kepri/>
- Febriani, N. K. D., Utami, N. W., & ... (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi* ..., 17(1), 67–82. <https://www.jurnal.stmikasia.ac.id/index.php/jitika/article/view/890%0Ahttps://www.jurnal.stmikasia.ac.id/index.php/jitika/article/download/890/386>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Sage, 2e Edition.
- Ho, J. C., Wu, C. G., Lee, C. S., & Pham, T. T. T. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile banking: An international comparison. *Technology in Society*, 63(August), 101360. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101360>
- Jin, C. C., Seong, L. C., & Khi, A. A. (2020). Consumers Behavioural Intention To Accept Of The Mobile Wallet In Malaysia. *Journal Of Southwest Jiaotong University*, 55(1), 1–13.
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *Service Industries Journal*, 35(10), 537–554. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1043278>
- Lanier, K. (2017). 5 things HR professionals need to know about Generation Z. *Strategic HR Review*,

- 16(6), 288–290. <https://doi.org/10.1108/shr-08-2017-0051>
- Lau, M. M., Lam, A. Y. C., Cheung, R., & Leung, T. F. (2019). Understanding determinants of customer behavioral intention in using mobile payment at convenience stores. *ACM International Conference Proceeding Series*, 357–362. <https://doi.org/10.1145/3306500.3306549>
- Liébana-Cabanillas, F., de Luna, I. R., & Montoro-Ríosa, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 30(1), 892–910. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>
- Long, S., Al Mamun, A., Yang, Q., Gao, J., Hussain, W. M. H. W., & Al Shami, S. S. A. (2023). Modelling the mass adoption of mobile payment for e-hailing services using SEM-MGA. *Plos One*, 18(10 October), 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287300>
- Manalu, I. F., Saidani, B., & Aditya, S. (2022). Pengaruh Perceived Security dan Perceived Ease of Use terhadap Intention to Use Dengan Trust sebagai Intervening pada Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 186–197. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.14>
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.29244/jcs.3.1.15-27>
- QRIS. (2020). Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention to the DANA E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 63–72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>
- Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., & ABD, T. M. K. (2022). Investigasi Behavioral Intention Pada Sistem Pembayaran QRIS Di Merchant UMKM. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 9(4).
- Setyaningsih, A. W., Usman, O., & Musyaffi, A. M. (2023). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Security, and Perceived Easy of Use on Intention to Use QRIS Through Trust as Mediation in DKI Jakarta. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(1), 10–19.
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Sudono, F. S., Adiwijaya, M., & Siagian, H. (2020). The Influence of Perceived Security and Perceived Enjoyment on Intention To Use with Attitude Towards Use as Intervening Variable on Mobile Payment Customer in Surabaya. *Petra International Journal of Business Studies*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.37-46>
- Suebtimrat, P., & Vonguai, R. (2021). An Investigation of Behavioral Intention Towards QR Code Payment in Bangkok, Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 939–950. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.939>
- Suo, W.-J., Goi, C.-L., Goi, M.-T., & Sim, A. K. S. (2021). Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), 1–22. <https://doi.org/10.4018/ijabim.20220701.oa8>
- Tian, Y., Chan, T. J., Suki, N. M., & Kasim, M. A. (2023). Moderating Role of Perceived Trust and Perceived Service Quality on Consumers' Use Behavior of Alipay e-wallet System: The Perspectives of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/5276406>
- Wibowo, N. A. P., & Sobari, N. (2023). The influence of behavioral intention, facilitating condition, and habit on use behavioral of QRIS: a study on mobile banking services. *Gema Wiralodra*, 14(3), 1243–1258.
- Yudhayani, N. K. S. R., Wijaya, P. Y., & Agustina, M. D. P. (2022). Determinants of Behavioral Intention and Use Behavior Using Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 5(3), 1206–1210. www.ijrsred.com