

***ADOPSI E-PAYMENT: NIAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z DI MASA
PANDEMI COVID-19***

PROPOSAL SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi
Manajemen Universitas Negeri Padang*



OLEH:

**HADID SYAHPUTRA
NIM. 18059186**

**JURUSAN MANAJEMEN DUAL DEGREE
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

ADOPSI E-PAYMENT: NIAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z DI MASA
PANDEMI COVID-19

NAMA : Hadid Syahputra

NIM/TM : 18059186/2018

JURUSAN : MANAJEMEN DUAL DEGREE

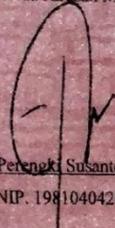
K-AHLIAN : PEMASARAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, 18 November 2022

Disetujui Oleh :

Ketua Jurusan Manajemen



Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D.
NIP. 198104042005011002

Mengetahui,

Pembimbing,



Rahmiati, SE, M.Sc
NIP. 197512091999032001

HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

**ADOPTI E-PAYMENT: NIAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z DI MASA
PANDEMI COVID-19**

NAMA : Hadid Syahputra

NIM/TM : 18059186/2018

JURUSAN : MANAJEMEN DUAL DEGREE

KEMAHJIRAN : PEMASARAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, 18 November 2022

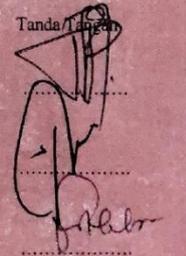
Tim Penguji

1. Rahmiati, SE, M.Sc. (Ketua)

2. Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D. (Penguji)

3. Gesit Thabrani SE. MT. (Penguji)

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hadid Syahputra
NIM/Tahun Masuk : 18059186/2018
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/28 September 2000
Program Studi : Manajemen Dual Degree
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komplek Pasir Putih no. V/7
No. HP/Telp : 081372844968, 085904264492
Judul Skripsi : Adopsi *E-Payment*: Niat Penggunaan QRIS Pada Generasi Z di Masa Pandemi COVID-19

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 18 November 2022

Saya yang Menyatakan



Hadid Syahputra
18059186/2018

ABSTRAK

Hadid Syahputra (2018/18059186) : **ADOPSI E-PAYMENT: NIAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z DI MASA PANDEMI COVID-19**
Dosen Pembimbing : **Rahmiati, SE, M.Sc**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) *Performance Expectancy* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. (2) *Effort Expectancy* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. (3) *Social Influence* akan berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. (4) *Facilitating Condition* akan berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. (5) *Behavioral Intention* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *QRIS Usage*. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Padang. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 190 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran online kuesioner dan pengolahan data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Performance Expectancy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Behavioral Intention*. (2) *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. (3) *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. (4) *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. (5) *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *QRIS Usage*.

Kata Kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Behavioral Intention and QRIS Usage*

ABSTRACT

Hadid Syahputra (2018/18059186) : **ADOPSI E-PAYMENT: NIAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z DI MASA PANDEMI COVID-19**
Dosen Pembimbing : **Rahmiati, SE, M.Sc**

This study aims to determine (1) The effect of Performance Expectancy on Behavioral Intention. (2) The effect of Effort Expectancy on Behavioral Intention. (3) The effect of Social Influence will on Behavioral Intention. (4) The effect of Facilitating Condition on Behavioral Intention. (5) The effect of Behavioral Intention on QRIS Usage. The population in this study is Generation Z in Padang. The number of samples in this study were 190 respondents. The data in this study were collected through online questionnaires and data processing was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS software. The results of this study indicate that (1) Performance Expectancy has a positive but not significant effect on Behavioral Intention. (2) Effort Expectancy has a positive and significant effect on Behavioral Intention. (3) Social Influence has a positive effect on Behavioral Intention. (4) Facilitating Condition has a positive effect on Behavioral Intention. (5) Behavioral Intention has a positive and significant effect on QRIS Usage.

Keywords: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Behavioral Intention and QRIS Usage*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **ADOPSI *E-PAYMENT*: NIAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z DI MASA PANDEMI COVID-19** dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Dan penulis ingin menyampaikan terima kasih terutama kepada Ibu Rahmiati, SE, M.Sc, selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian ini yang telah memberikan wawasan dan bantuan selama proses penulisan skripsi hingga selesai.

Dalam penelitian skripsi ini, telah banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D dan Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu/Bapak yang telah memberikan banyak masukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staff jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan banyak ilmu, nasehat dan bimbingan selama proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua, Papa Prof. Syahrial Bakhtiar dan Mama Rindawati M.Pd, yang telah memberikan dukungan moral dan material serta doa demi kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Kakak Nova Kartika Sari S.Pd, Abang Risky Syahputra, S.Pd, M.Pd dan Kakak dr. Shinta Kartika Sari, S.Ked yang selalu mendukung dan memberikan dorongan dan doa terbaik demi kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Keluarga Dual Degree 2018 yang selalu mendukung dan menemani perjuangan saya selama dibangku perkuliahan.

Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, maka dengan kerendahan hati disadari bahwa apa yang tertuang dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiinn Ya Allah...

Padang, Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	III
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR	VIII
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
1. <i>E-payment</i>	10
2. <i>QRIS Usage</i>	14
3. Model the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 16	
4. <i>Performance Expectancy</i>	17
5. <i>Effort Expectancy</i>	19
6. <i>Social Influence</i>	20
7. <i>Facilitating Condition</i>	21
8. <i>Behavioral Intention</i>	23
9. Generasi Z	25
B. Pengaruh Antar Variabel	28
C. Penelitian Yang Relevan	30
D. Kerangka Konseptual	33
E. Hipotesis	33
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35

A. Desain Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	36
D. Jenis dan Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
G. Instrumen Penelitian	39
H. Metode Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Analisis Statistik Inferensial.....	41
a. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	43
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
3. Pengujian Hipotesis	46
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah Pengembangan QRIS	48
2. Cara Kerja QRIS.....	50
3. Keuntungan Menggunakan QRIS.....	51
B. Hasil Penelitian	53
1. Deskripsi Karakteristik Responden	53
2. Deskripsi Frekuensi Indikator.....	56
C. Analisis Data	63
1. Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	63
2. Uji Reliabilitas	66
3. Uji Hipotesis	69
D. Pembahasan	72
BAB V	78
PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78
DAFTAR RUJUKAN	80
LAMPIRAN	85

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Generasi Z, adalah yang pertama lahir di dunia teknologi terkoneksi internet. Namun, tidak ada definisi unik selain istilah Gen Z. Beberapa penulis menganggap mereka sebagai kelompok generasi yang lahir setelah tahun 1995, ada pendapat lain menyatakan bahwa mereka lahir dari tahun 1997 dan seterusnya, sementara beberapa penulis berpendapat bahwa sebagai anggota generasi Z dapat dianggap hanya mereka yang lahir setelah tahun 2000. Generasi ini dianggap sebagai generasi yang sangat mudah beradaptasi dengan teknologi dan mengadopsi teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Yang menjadi ciri khas Gen Z adalah mereka sangat cepat beradaptasi dengan teknologi dan lebih menyukai komunikasi melalui teknologi daripada kontak langsung dengan orang-orang.

Dengan perkembangan teknologi di bidang multimedia, seperti tablet, smartphone, media sosial dan TV layar datar, generasi muda Gen Z telah terbiasa berinteraksi dan berkomunikasi di dunia yang terkoneksi setiap saat. Generasi Z saat ini lebih menyukai berbagai aliran informasi, interaksi yang konstan dan cepat dengan konten, pengalaman teknologi yang kolaboratif dan menunjukkan tujuan yang jelas, serta meningkatkan motivasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menjadikan Generasi Z sebagai subjek dalam penelitian ini dikarenakan Generasi Z ini memiliki literasi teknologi yang tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Berbagai inovasi teknologi yang berkembang saat ini dapat dipelajari dan diadopsi dengan mudah oleh generasi

Z. Salah satu inovasi teknologi tersebut adalah inovasi teknologi keuangan (financial technology). Salah satu inovasi teknologi tersebut adalah inovasi teknologi keuangan (financial technology). Transaksi pembayaran yang dahulunya dilakukan dengan menggunakan uang tunai berubah menjadi non tunai yang lebih dikenal dengan pembayaran elektronik (e-payment). Transaksi pembayaran yang dahulunya dilakukan dengan menggunakan uang tunai berubah menjadi non tunai yang lebih dikenal dengan pembayaran elektronik (e-payment).

Pembayaran non-tunai menjadi semakin populer di seluruh dunia, pembayaran non-tunai adalah transaksi keuangan dimana konsumen melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai (Bilińska-Reformat & Kieźel, 2016). Pembayaran non tunai dipermudah dengan berkembangnya platform mobile. Konsumen bisa melakukan pembayaran non tunai menggunakan perangkat seluler. Metode ini dikenal dengan istilah mobile payment. Ada beberapa jenis layanan *mobile payment* yang tersedia dan dapat digunakan baik jarak jauh maupun langsung secara fisik (de Luna et al., 2019). Pertama, ada layanan *point of sales* seperti pembayaran *Near Field Communication (NFC)* berbasis gelombang suara. Pembayaran yang menyediakan saluran untuk transaksi kartu kredit/debit dari bank pelanggan ke toko tertentu melalui gelombang yang ditentukan (Liébana-Cabanillas et al., 2018). Lalu ada teknologi pembayaran di dalam toko dan jarak jauh seperti dompet seluler (*m-wallet*) dan kode respons cepat (QR) (de Luna et al., 2015). *M-wallet* adalah teknologi yang perlu diinstal pada smartphone yang

memungkinkan pelanggan untuk menyimpan uang langsung dari rekening atau akun finansial milik pengguna dan melakukan transaksi online.

Penerapan pembayaran non-tunai memiliki banyak manfaat bagi konsumen. Pembayaran non-tunai memberikan kemudahan dan kecepatan (Teo et al., 2015). Tidak seperti transaksi tunai tradisional, pembayaran tanpa uang tunai mencegah tindak kriminal seperti perampokan dan kejahatan terkait uang tunai lainnya karena anda membawa lebih sedikit uang tunai saat berbelanja (Armey et al., 2014). Pada wilayah ibu kota, QRIS telah banyak digunakan sebagai alat pembayaran yang sah. Hal ini memungkinkan penggunanya dapat melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang dalam bentuk fisik maupun kartu ATM. Observasi awal yang telah penulis lakukan di Kota Padang, khususnya terhadap Generasi Z telah banyak menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran yang sah. Mereka merasa lebih nyaman karena tidak perlu was-was saat melakukan transaksi pembayaran karena QRIS mampu memberikan mereka solusi pembayaran tanpa melakukan kontak langsung dengan penjual. Seperti yang kita ketahui, pandemi covid-19 masyarakat kita menjadi lebih peduli dengan hal-hal yang berhubungan dengan kebersihan. QRIS ini hadir menjadi salah satu solusi bagi masyarakat kita untuk bisa mengurangi kontak langsung dengan orang asing demi menjaga kebersihan dan kesehatan. Penggunaan QRIS ini sebagai alat pembayaran tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition*.

Penelitian ini akan menggunakan beberapa variabel yang mengacu berdasarkan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yakni *Performance Expectancy* yang mengacu pada tingkat di mana konsumen berharap bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka mencapai kinerja kerja mereka (PY et al., 2018). Kemungkinan orang untuk mengadopsi teknologi baru akan lebih besar ketika mereka percaya bahwa itu akan membantu mereka untuk melakukan pekerjaan mereka, *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2016). Jika suatu sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya, *Social Influence* diartikan menjadi bagaimana seorang individu mengubah perilakunya untuk memenuhi tuntutan lingkungan sosial dan, sebagai hasilnya, bagaimana orang yang berubah itu memandang diri mereka sendiri relatif terhadap pemberi pengaruh dan orang lain dan masyarakat, dan *Facilitating Condition* mengacu pada persepsi individu tentang kemampuan ketersediaan sumber daya teknologi yang dapat membantu dalam menggunakan sistem informasi (Venkatesh et al., 2003a, 2003b).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model yang didasarkan pada konstruksi delapan model yang telah ditetapkan termasuk TRA, TBP, IDT, TAM dan teori atau model lain seperti model Motivasi, TAM-TPB gabungan tersebut, model Pemanfaatan PC, dan Teori

Kognitif Sosial (Venkatesh et al., 2003). UTAUT dibuat untuk membantu mengatasi beberapa kekurangan model TAM, seperti pengecualian TAM atas kemungkinan kendala penting seperti sumber daya yang diperlukan (misalnya waktu dan uang) yang akan mempengaruhi keputusan individu atau mencegah mereka mengadopsi sistem Informasi. Penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh (Rahman et al., 2021) dengan judul *Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia* dengan variabel *Performance Expectancy, Facilitating Condition, Social Influence, Innovativeness, Hedonic Motivation, dan Perceived Technology Security*. Dan berdasarkan penelitian telah dibuktikan bahwa *Performance Expectancy*, dan *Facilitating Condition* mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap *Adoption of Cashless Payment*. Tak hanya itu, *Perceived Technology Security* juga mempunyai hubungan yang kuat dengan *Adoption of Cashless Payment*. Dan hasil penelitian tersebut juga memaparkan bahwa *Hedonic Motivation, Social Influence*, serta *Innovativeness* mempunyai hubungan yang positif terhadap *Adoption of Cashless Payment* (Rahman et al., 2021)

Dengan manfaat yang sangat menguntungkan pengguna serta faktor-faktor yang berpengaruh besar terhadap *Adoption of Cashless Payment* pada penelitian sebelumnya, terlebih lagi sejak pandemi COVID-19 dan langkah-langkah yang diambil pemerintah seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), serta Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk membendunginya diyakini akan berdampak signifikan terhadap perilaku pembayaran konsumen. Hal ini paling terlihat dalam lonjakan penggunaan

pembayaran non-tunai melalui *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul “Cashless Payment: Analisis Perilaku Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap *Adoption* dan Intensi Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Adanya peningkatan penggunaan QRIS dalam bertransaksi sejak pandemi Covid -19
2. Tingkat literasi keuangan digital masyarakat generasi Z dan pedagang di Kota Padang yang masih rendah, menjadi salah satu faktor belum efektifnya penggunaan QRIS dalam bertransaksi.
3. Lingkungan sosial merupakan faktor eksternal dalam pengambilan keputusan seseorang sehingga tidak menutup kemungkinan jika seorang individu dalam menggunakan suatu teknologi disebabkan oleh dorongan dari lingkungan sekitarnya.
4. Fasilitas QRIS yang belum maksimal di Kota Padang sehingga menyebabkan terhalangnya generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran
5. Masyarakat masih belum merasa puas (*Performance Expectancy*) dengan metode pembayaran dengan QRIS

C. Batasan Masalah

Mengingat ada beberapa permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membatasi permasalahan pada pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, dan *Behavioral Intention* sebagai mediasi terhadap Niat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang dengan tujuan agar pembahasan penelitian ini tidak keluar dari konteks yang dimaksud.

D. Rumusan Masalah

Dari uraian batasan Masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain, sebagai berikut:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang?
4. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang?
5. Apakah *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *QRIS Usage* pada Generasi Z di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang
2. Untuk menganalisis pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang
3. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang
4. Untuk menganalisis pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang
5. Untuk menganalisis pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *QRIS Usage* pada Generasi Z di Kota Padang

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat ditarik manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan dan menjadi salah satu sumber pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.
2. Secara praktis penelitian ini bermanfaat bagi;
 - a. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan sehingga nantinya dapat dipergunakan oleh perusahaan dan instansi terkait untuk memantau tingkat penggunaan *financial technology* pada masyarakat.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan sumber informasi bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Negeri Padang terkait dengan *Adoption* dan Intensi Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang.
- c. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi pihak lain yang tertarik melakukan penelitian mengenai permasalahan yang sama.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *E-payment*

Secara umum, pembayaran elektronik atau *e-payment* dalam konteks e-commerce mengacu pada transaksi online yang dilakukan melalui Internet, meskipun ada banyak bentuk pembayaran elektronik lainnya . Pembayaran elektronik juga dapat didefinisikan sebagai proses pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan instrumen kertas. Sistem pembayaran elektronik terdiri dari transaksi kartu kredit online, dompet elektronik (*e-wallet*), uang tunai elektronik (*e-cash*), sistem nilai tersimpan online, sistem saldo akumulasi digital, sistem pembayaran pengecekan digital, dan sistem pembayaran nirkabel. Transaksi di situs e-commerce dengan menggunakan kartu kredit sudah menjadi hal yang lumrah saat ini. Proses dalam penggunaan kartu kredit untuk transaksi online melalui internet tidak jauh berbeda dengan transaksi offline di toko tradisional, hanya saja dalam transaksi online tidak memerlukan kartu kredit fisik dan tanda tangan. Saat ini sudah banyak penyedia layanan pembayaran internet yang memproses pembayaran dengan kartu kredit, misalnya Authorize.net dan Veritrans.co.id

Berikut berbagai macam pembayaran elektronik (Junadi, 2015): “(a) dompet elektronik atau *e-wallet*, (b) uang tunai elektronik atau *e-cash*, (c) system saldo akumulasi digital, (d) system pembayaran giro digital, (e) *wireless* atau system pembayaran *mobile*”.

a. Dompet elektronik (*e-wallet*)

Seperti halnya dompet fisik, digunakan untuk menyimpan informasi seperti nomor kartu kredit, e-cash, identitas pemilik, informasi kontak, informasi pengiriman atau penagihan termasuk alamat pelanggan dan informasi lain yang digunakan di waktu checkout di situs e-commerce. Melalui e-wallet, konsumen hanya perlu memasukkan informasi satu kali dan dapat digunakan di situs manapun untuk bertransaksi. Dengan demikian, penggunaan e-wallet akan meningkatkan efisiensi di toko. Saat ini, ada banyak perusahaan yang telah mengembangkan dan menyediakan e-wallet, termasuk perusahaan besar seperti Microsoft dan Yahoo. Di Indonesia juga ada beberapa perusahaan yang menyediakan layanan antara lain e-wallet seperti Doku (DokuWallet), BerryPay dan iPaymu

b. Uang tunai elektronik (*e-cash*)

Merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan nilai yang disimpan dan dapat ditukarkan melalui sistem yang dibuat oleh entitas (bukan pemerintah) tanpa menggunakan dokumen kertas atau koin, tetapi dapat digunakan sebagai pengganti mata uang yang dikeluarkan oleh pemerintah. Konsep dasar e-cash adalah proses pembayaran melalui internet melalui token unik yang telah diautentikasi yang mewakili uang dari konsumen ke pedagang. Konsumen akan menyetor sejumlah uang atau kartu kredit, kemudian bank akan memberikan token (nomor unik yang dienkripsi) dalam beberapa

pecahan uang untuk digunakan berbelanja di situs merchant. Merchant akan menukarkan token tersebut kembali ke bank untuk mendapatkan uang yang sebenarnya. Digicash merupakan perusahaan pionir dalam pengembangan e-cash dan ada beberapa perusahaan yang masih mengembangkan ide digital cash, seperti GoldMoney, Bitcoin, dll.

c. Sistem saldo akumulasi digital

Merupakan sistem pembayaran yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja di situs e-commerce. Saldo pengeluaran akan terakumulasi dan ditagihkan ke pelanggan di akhir bulan begitu juga dengan tagihan telepon. Sistem digital akumulasi saldo cocok untuk digunakan dalam transaksi micropayment yang nilai transaksinya kecil, seperti membeli lagu tertentu, artikel dan ringtone serta game. Sistem pembayaran ini banyak dianut oleh perusahaan telekomunikasi, misalnya adalah sistem akumulasi saldo yang digunakan Pembayaran ValistaPlus Vodafone, Tiscali dan T-Online. Contoh lain dari sistem akumulasi digital adalah penggunaan BillMeLater milik eBay

d. Sistem pembayaran giro digital

Merupakan pengembangan dari rekening giro yang sudah ada untuk digunakan sebagai alat pembayaran saat berbelanja online. Salah satu contoh sistem pembayaran cek digital yang dikembangkan oleh layanan Internet ITI adalah PayByCheck. Saat konsumen akan membayar merchant di situs kita, akan tampil formulir digital yang

bentuknya sama dengan selembar kertas cek. Konsumen diminta untuk mengisi informasi rekening cek yang meliputi nomor cek yang valid, nama bank dan nomor rekening bank yang bersangkutan. Kemudian sistem akan melakukan validasi dan otorisasi pembayaran dengan mengecek informasi rekening nasabah seperti nama, alamat dan status rekening bank kepada konsumen. Setelah itu, sistem akan memberikan cek elektronik kepada pedagang yang akan digunakan sebagai alat tukar pedagang dengan bank penerbit.

e. Wireless atau sistem pembayaran mobile

Merupakan sistem pembayaran yang memanfaatkan perangkat mobile atau smartphone dalam transaksi yang mencakup instrumen bank seperti nilai tunai, debit atau rekening kredit dan rekening nilai tersimpan (SVA) seperti kartu transportasi, kartu hadiah dan dompet ponsel⁸. Berdasarkan data wearesocial.org (2014), Indonesia memiliki tingkat penggunaan perangkat mobile yang sangat tinggi yaitu 112% dari jumlah penduduk Indonesia atau sekitar 280 juta unit. Rata-rata penduduk Indonesia tercatat menggunakan perangkat bergerak sekitar 2,5 (dua setengah) jam per hari untuk mengakses informasi melalui internet. Tingginya penggunaan perangkat mobile di Indonesia membuat banyak perusahaan memanfaatkan perangkat ini sebagai media dalam transaksi pembayaran elektronik. Secara umum penggunaan perangkat mobile untuk mempermudah pembayaran konsumen kepada merchant dalam transaksi e-commerce menggunakan

konsep e-wallet dan dikenal dengan mobile wallet. Perusahaan telekomunikasi seperti Telkomsel bekerjasama dengan BNI mengembangkan produk mobile wallet bernama T-Cash. Selain Telkomsel, Indosat juga mengembangkan mobile wallet bernama Dompetku dan XL bernama XL-Tunai.

2. *QRIS Usage*

a. Pengertian QRIS Usage

QRIS adalah kode QR yang dikembangkan oleh regulator bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), yang bertujuan untuk merampingkan sistem pembayaran digital secara aman, mendorong efisiensi pemerintah, dan mempercepat inklusi keuangan digital. QRIS adalah kode QR yang disediakan untuk semua jenis transaksi pembayaran digital. QRIS diluncurkan di Kantor Pusat Bank Indonesia dan sekaligus dilakukan di kantor perwakilan Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 bertepatan dengan HUT ke-74 Republik Indonesia. Penerapan QRIS sebagaimana diatur dalam ketentuan, wajib digunakan mulai 1 Januari 2020 di setiap pembayaran transaksi digital di Indonesia yang difasilitasi dengan QR code (Chohan, F., et al 2022)

QRIS merupakan payment gateway yang menggunakan teknologi QR sebagai metode transaksinya, QR Code merupakan simbol matriks dua dimensi yang terdiri dari untaian kotak persegi yang disusun dalam pola persegi yang lebih besar. Kotak persegi panjang ini kemudian disebut sebagai modul. Luasnya pola persegi ini akan menentukan versi QR Code, QR Code terdiri dari kotak persegi besar kemudian ada kotak

persegi kecil dan terdapat struktur pola dalam menyimpan data yang terdapat pada QR Code (Lonardi, H 2021)

Sistem QRIS menggunakan kode QR sebagai metode untuk melakukan transaksi. Metode transaksi menggunakan QR memiliki keunggulan tidak memerlukan biaya yang mahal karena pengadaan alat untuk bertransaksi hanya membutuhkan smartphone untuk melakukan transaksi baik sebagai konsumen maupun merchant, lembaga keuangan (terdaftar di Bank Indonesia) selain itu bank juga dapat menyediakan sistem QRIS untuk konsumen dan pedagang. Sistem QRIS memiliki potensi besar untuk meningkatkan penerimaan *Cashless Society* karena Indonesia memiliki penetrasi yang tinggi untuk penggunaan seluler dan berlangganan internet (Lonardi, H 2021)

QR Code sebagai Pembayaran memiliki kelemahan dimana QR Code hanya dapat di scan dengan aplikasi yang diterbitkan oleh perusahaan yang mengeluarkan QR Code (*close Loop*), melihat kelemahan ini Bank Indonesia sebagai regulator bank di Indonesia mengeluarkan spesifikasi QRIS dan mengubah konsep pembayaran QR yang sebelumnya *closed loop* menjadi *open loop*. Model UTAUT Dengan konsep *open loop*, merchant hanya membutuhkan satu QR Code dan dapat di scan melalui aplikasi yang dikeluarkan dari anggota institusi yang telah bergabung dan disertifikasi oleh Badan Sertifikasi Pembayaran Indonesia (PTEN) (Lonardi, H 2021).

b. Indikator QRIS Usage

Menurut Ozturk (2016), Sun et al. (2013). QRIS usage dapat diukur berdasarkan indikator berikut:

- 1) *I have been using cashless payment methods for some time now*
- 2) *I am likely to increase the use of cashless payment in my daily life.*
- 3) *I always recommend to others to use cashless payments.*

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi QRIS Usage

Mengacu kepada penelitian oleh Venkatesh et al. (2003), ada beberapa faktor yang mempengaruhi QRIS Usage yakni:

- 1) *Performance Expectancy*
- 2) *Effort Expectancy*
- 3) *Social Influence*
- 4) *Facilitating Condition*
- 5) *Behavioral Intention*

3. Model the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Salah satu model penerimaan teknologi yang banyak digunakan adalah *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). UTAUT model sebagai sintesis komprehensif sebelum penelitian penerimaan teknologi. UTAUT model telah mengalami perkembangan dari sebelumnya memiliki empat kunci konstruk, yaitu: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) terhadap niat (*behavior intention*) untuk penerimaan teknologi (*use*

technology). Saat ini, UTAUT2 menambahkan tiga konstruk baru yang ditambahkan pada UTAUT1 yaitu: motivasi hedonis (*hedonic motivation*), hitungan harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*) (Mahande, 2016).

Model UTAUT menekankan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* secara teori dan empiris memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan suatu sistem/teknologi. Sedangkan *behavioral intention* dan *facilitating conditions* menentukan penggunaan sistem/teknologi (*use behavior*). Selain itu, variabel gender, age, dan experience digunakan sebagai variabel pembeda individu dalam melihat pengaruh kondisi fasilitas, *price value*, dan *habit* terhadap *behavioral intention*, serta experience sebagai pembeda individu untuk melihat pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*.

4. *Performance Expectancy*

Performance expectancy mengacu pada tingkat di mana konsumen berharap bahwa menggunakan sistem akan membantu mereka mencapai kinerja kerja mereka (PY et al., 2018). Kemungkinan orang untuk mengadopsi teknologi baru akan lebih besar ketika mereka percaya bahwa itu akan membantu mereka untuk melakukan pekerjaan mereka. Beberapa ahli mengintegrasikan lima konsep dari model yang berbeda ke dalam ekspektasi kinerja seperti keunggulan relatif, motivasi ekstrinsik, manfaat yang dirasakan, kesesuaian pekerjaan, dan ekspektasi hasil (Venkatesh et al., 2016).

Konsep-konsep ini mirip dengan bahwa harapan kinerja yang mengacu pada persepsi individu untuk menggunakan sistem teknologi yang akan meningkatkan kinerja mereka pada pekerjaan dan studi berikut telah menilai pentingnya harapan kinerja. Performance Expectancy ditemukan menjadi faktor penting dalam memprediksi perilaku adopsi dalam konteks mobile banking (Merhi et al., 2019). Ahli lain juga menemukan hasil serupa terkait mesin pemungutan suara yang telah dilaksanakan (Jaiswal & Kar, 2018). Namun, beberapa ahli lainnya malah menemukan harapan kinerja sebagai prediktor yang tidak signifikan dari penggunaan game online di perangkat seluler (Ramírez-correa et al., 2019).

Performance expectancy merupakan konstruk UTAUT yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Venkatesh et al., 2016). *Performance expectancy* adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem (Mohmod et al., 2015).

Performance expectancy merupakan representasi dari lima konstruk yang diperoleh dari beberapa model sebelumnya antara lain *perceived usefulness (technology acceptance model)*, *ekstrinsic motivation (motivational model)*, *job-fit (model of personal computer utilization)*,

relative advantage (innovation diffusion theory) and expectancy to the achievement (social cognitive theory) (Mohmod et al., 2015).

Performance expectancy dapat diukur berdasarkan indikator berikut (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2017)(Onaolapo & Oyewole, 2019) :

- a. *Cashless payment is useful to save time.*
- b. *Cashless payment would enable me to conduct tasks (financial transfer, shopping) more easily.*
- c. *Cashless payment would increase my productivity.*
- d. *Cashless payment would improve my work performance.*

5. Effort Expectancy

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2016). Jika suatu sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya. Kemudahan adalah indikasi bahwa user dengan senangnya beradaptasi dengan sistem yang baru oleh karena tidak banyak waktu yang dihabiskan untuk dapat akrab dengannya. Persepsi kemudahan penggunaan, diawali dari model TAM yang dapat dimaknai sebagai semudah apakah seseorang menggunakan suatu inovasi akan bebas dari aspek keberupayaannya. Tiga konstruk yang membentuk konsep ini adalah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), dan kompleksitas (Venkatesh et al., 2016).

Mengutip dari Teori Harapan Vroom (1964) yang mengembangkan sebuah teori motivasi berdasarkan jenis pilihan yang dibuat orang untuk mencapai tujuan, alih-alih berdasarkan kebutuhan internal. Teori harapan (*expectancy theory*) memiliki tiga asumsi pokok: 1) setiap individu percaya bahwa bila ia berperilaku dengan cara tertentu ia akan memperoleh hal tertentu. Ini disebut harapan hasil (*outcome expectancy*). 2) setiap hasil mempunyai nilai, atau daya tarik bagi orang tertentu. Ini disebut valensi (*valence*), 3) setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut. Ini disebut harapan usaha (*effort expectancy*). Motivasi orang dapat dijelaskan dari ketiga kombinasi ini bahwa: 1) suatu perilaku tertentu akan menghasilkan hasil tertentu, 2) hasil tertentu punya nilai positif baginya, 3) hasil tersebut dapat dicapai dengan usaha yang dilakukan seseorang. Jadi motivasi dalam teori harapan adalah keputusan untuk mencurahkan usaha (Nurjannah, 2019).

Effort expectancy dapat diukur berdasarkan indikator berikut: “(a) Easy of use QRIS, (b) Flexibility in the transaction, (c) Easy to learn QRIS” (Sfenrianto & Junadi, 2017).

6. Social Influence

Social influence dapat diartikan menjadi bagaimana seorang individu mengubah perilakunya untuk memenuhi tuntutan lingkungan sosial dan, sebagai hasilnya, bagaimana orang yang berubah itu memandang diri mereka sendiri relatif terhadap pemberi pengaruh dan orang lain dan masyarakat. Kelman (2017) menyatakan bahwa pengaruh sosial berasal dari komunikasi persuasif. Sair and Danish menarik 441 peserta untuk

studi mereka tentang niat adopsi mobile commerce dan menemukan bahwa niat konsumen untuk mengadopsi *m-banking* secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh social (Ali & Qaisar, 2018). Juga dilaporkan oleh ahli lain bahwa pengaruh sosial telah mengubah pola pengaruh pada niat berkelanjutan. Faktor ini diyakini sangat penting dalam tahap adopsi awal dan dampaknya berkurang setelah adopsi (Lu, 2015).

Menurut beberapa ahli Social influence dapat diukur berdasarkan indikator berikut: “(a) Celebrities can influence my behaviour in using cashless payment, (b) Family members can influence my behaviour in using cashless payment, (c) Friends/colleagues can influence my behaviour in using cashless payment (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2017) (Lee et al., 2008)(Ali & Qaisar, 2018).

7. *Facilitating Condition*

a. *Pengertian Facilitating Conditions*

Facilitating conditions mengacu pada persepsi individu tentang kemampuan ketersediaan sumber daya teknologi yang dapat membantu dalam menggunakan sistem informasi (Venkatesh et al., 2003a, 2003b). Berdasarkan konseptualisasi konstruk ini dapat mengukur penerimaan konsumen terhadap pembayaran non tunai. *Facilitating conditions* meliputi ketersediaan sistem informasi, pengetahuan konsumen tentang sistem informasi, keterampilan, dukungan internal dan eksternal untuk menggunakan sistem informasi semuanya terkait dengan inovasi. Salah satu temuan ahli mengungkapkan bahwa dua penentu langsung dari

perilaku penggunaan adalah niat dan kondisi yang memfasilitasi. Studi lain juga menyelidiki pengaruh kondisi fasilitasi (Mehmet, 2016).

Dalam menggunakan teknologi memang biasanya memerlukan jenis keterampilan, sumber *daya*, dan infrastruktur teknis tertentu. Maka dari itu, seseorang dapat lebih termotivasi untuk menggunakan teknologi jika mereka memiliki tingkat dukungan layanan dan sumber daya tertentu serta menganggap teknologi tersebut akan kompatibel terhadap kinerja yang mereka lakukan (Abrahão et al., 2016).

Berdasarkan penelitian mengenai faktor apa yang paling berpengaruh dalam menentukan niat perilaku pelaku usaha kecil dalam menggunakan media sosial, terdapat tiga faktor yang paling berpengaruh diantaranya adalah *Facilitating Conditions* yang artinya responden percaya bahwa infrastruktur pribadi dan teknis yang ada atau yang mereka miliki mendukung dalam penggunaan media sosial sebagai implementasi teknologi CRM (Djatnika & Gunawan, 2021) . Kemudian *Performance Expectancy* yang artinya responden percaya bahwa media sosial membantu menunjang dan memudahkan aktivitas bisnis pelaku usaha mikro dan kecil. Dan yang terakhir adalah Trust yang artinya responden percaya dan mereka merasa aman dengan sistem yang media sosial tawarkan sebagai jaringan penghubung mereka dengan pelanggannya.

b. Indikator *Facilitating Conditions*

Menurut beberapa ahli bahwa *facilitating condition* dapat diukur berdasarkan indikator berikut: “(a) *I have the resources necessary to use cashless payment*, (b) *I have the knowledge necessary to use cashless payment*, (c) *Cashless payment is compatible with other systems I use* (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2017)(Onaolapo & Oyewole, 2019)(Venkatesh & Zhang, 2010).

8. Behavioral Intention

a. Pengertian *Behavioral Intention*

Keinginan pelanggan untuk selalu menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran ditunjukkan dalam teori *behavioral intention*. *Behavioral intention* adalah perilaku konsumen yang loyal sehingga bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain karena telah mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan (Armstrong & Kotler, 2015). *Behavioral intention* adalah suatu kondisi dimana pelanggan memiliki niat atau sikap setia terhadap merek, produk dan perusahaan dan rela menceritakan keunggulannya kepada orang lain. Niat perilaku menentukan kemungkinan konsumen akan melakukan tindakan tertentu di masa yang akan datang (Namkung & Jang, 2007).

Niat perilaku untuk menggunakan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap berpegang pada teknologi. Tingkat penggunaan suatu teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi seperti motivasi untuk tetap menggunakan dan keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Selanjutnya disebutkan bahwa dalam konteks

pembayaran seluler, niat perilaku mengacu pada kemungkinan kesediaan pengguna untuk melakukan pembayaran seluler (Suebtimrat & Vonguai, 2021). Temuan ini juga didukung oleh lain yang mengkonseptualisasikan niat perilaku pembayaran mobile sebagai kemungkinan pengguna melakukan tindakan perilaku tertentu (Saha & Theingi, 2009)

Tingginya tingkat niat menggunakan (*behavioural intention*) akan mempengaruhi tingkat penggunaan suatu sistem (Venkatesh et al., 2003). *Behavioural intention* berarti niat atau keinginan seseorang dalam menggunakan suatu sistem di masa yang akan datang. Seseorang akan memutuskan untuk menggunakan suatu sistem jika terdapat keinginan dalam dirinya untuk menggunakan sistem tersebut. *Behavioural intention* memiliki hubungan yang langsung dan signifikan terhadap perilaku aktual (*Use behaviour*) penggunaan sistem informasi (Venkatesh et al., 2003). Peran *behavioral intention* sebagai *prediktor use behaviour* telah diterima secara luas dalam berbagai model penerimaan pengguna teknologi.

b. Indikator *Behavioral Intention*

Menurut Carlsson, Walden dan Nikraves (2006), *behavioral intention* dapat diukur berdasarkan indikator berikut: “(a) I have intended to use QRIS, (b) I have a plan to use QRIS, (c) I have a prediction of the use of QRIS

9. Generasi Z

Generasi Z merupakan istilah yang digunakan untuk remaja yang terlahir setelah tahun 2000. Sebagai Generasi Z, sejak lahir sudah dipaparkan pada teknologi yang membuat kerja menjadi lebih mudah dan juga lebih cepat. Tentu fasilitas ini membuat remaja Generasi Z jadi menganggap bahwa memiliki teknologi yang lebih canggih maka semakin mudah dalam menjalani kehidupan. Gaya hidup seperti ini terkadang justru membuat golongan ini menjadi remaja yang terombang-ambing (Purwandari et al., 2021)

Generasi Z sebagai digital natives lebih mengandalkan kecepatan dalam menggunakan dan menerima informasi, ingin segera mendapatkan informasi, sehingga kurang mentoleransi hal-hal yang bersifat lambat, cenderung memproses informasi dengan jalan non-linear, melompat dari tugas satu ke tugas yang lain, multitasking, dan lebih mudah memahami gambar daripada teks (Mardianto, 2019). Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh ahli bahwa karakteristik generasi Z yakni selalu haus akan informasi dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, memungkinkan terjadinya fenomena kebutuhan informasi yang sangat tinggi dan kompleks (Kurnia Erza, 2020). Tidak dapat dipungkiri bahwa generasi Z lebih suka belajar melalui aktivitas praktik daripada membaca apalagi mendengarkan. Selain aktivitas praktik yang disukai generasi Z, teknologi menjadi sesuatu hal tidak dapat terlepas dari kehidupannya. Individu yang hidup di era ini selalu dimanjakan oleh fasilitas yang diberikan teknologi digital dan memiliki minat belajar yang rendah ketika proses pembelajaran di kelas

karena masih banyak menggunakan cara tradisional. Generasi Z yang mengakses media sosial dan internet melalui gawai tentu harus mendapatkan pemahaman tentang media literasi yang baik (Rastati, 2018).

Ada beberapa karakteristik khusus yang membedakan antara Generasi Z dan generasi lainnya. Hal ini pula sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hastini et al., 2020). Dari aspek dalam memandang segala hal, rasa komitmen yang dimiliki Generasi Z dapat dikatakan kurang. Selain itu, Generasi Z cenderung hidup untuk saat ini dan lebih bahagia dengan apa yang mereka dapat di masa ini. Hal ini tidak sama dengan Generasi Baby Boomer yang lebih memiliki cara pikir yang komunal serta terpadu, Generasi X seringkali memiliki cara pikir untuk jangka menengah dan cara pandang yang terfokus pada dirinya sendiri, sedangkan Generasi Y atau milenial umumnya berpikir jangka pendek dan sedikit lebih egoistik.

Dari aspek penggunaan teknologi, Generasi Z menggunakan teknologi dengan intuitif sebab mereka telah terbiasa dengan IT sejak lahir. Hal ini berbeda dengan Generasi Baby Boomer yang cukup tergantung kepada instruksi dalam berurusan dengan IT. Selain itu, generasi ini hanya mengetahui bagian-bagian tertentu saja dari teknologi dan digunakannya pun tidak setiap waktu. Kebanyakan orang dari generasi ini masih kesulitan untuk mengoperasikan teknologi. Namun, ada pula sejumlah kecil yang tetap mencoba berusaha memahami teknologi, meskipun tidak secara lengkap. Sementara itu, Generasi X cenderung

cukup percaya diri dalam menggunakan IT, sedangkan Generasi Y (milenial) telah terbiasa mengoperasikan teknologi di dalam kehidupan sehari-harinya (Hastini et al., 2020).

Dari aspek nilai yang dianut, Generasi Z bereaksi dengan cepat mengenai nilai-nilai baru, cenderung memikirkan hidup untuk jangka waktu sekarang, tidak terlalu berpikir panjang, sering mencari kesenangan yang menyebabkan terjadinya bentrokan antara hiburan dan pekerjaan, memiliki perhatian yang mudah terbagi, kurang memiliki keinginan untuk memahami sesuatu, serta kurang memahami konsekuensi. Hal ini sangat berbeda dengan mereka yang merupakan Generasi Baby Boomer. Mereka jauh lebih sabar, mempunyai EQ yang tinggi, sangat menghargai budaya, suka bekerja keras, tetapi lebih pasif dan tidak fleksibel. Generasi X cukup terbuka dan memiliki toleransi terhadap perbedaan, cukup pekerja keras, praktis, menaati aturan, tetapi lebih materialistis dan cenderung ingin membuktikan kemampuan yang dimiliki. Sementara itu, nilai yang melekat pada diri Generasi Y adalah fleksibel, kreatif, berdikari, selalu mencari ilmu dan wawasan baru, sehingga pengetahuan yang dimiliki lebih luas. Namun, generasi ini memang tidak menghormati budaya sebesar yang dilakukan oleh Generasi Baby Boomer, soft skill dan EQ tergolong rendah, lebih sombong, serta menyukai pekerjaan paruh waktu dan pekerjaan rumahan (Hastini et al., 2020).

Dalam setiap generasi tersebut, karakteristik yang berbeda menyebabkan berbeda pula tantangan yang dihadapi. Dalam hal ini,

sejalan dengan karakteristik Gen Z di atas, generasi ini cenderung sangat mudah terpapar nilai dan paham baru dari luar. Terlihat dari kurangnya apresiasi mereka terhadap budaya sendiri serta pola dan gaya hidup yang mengimitasi bangsa lain. Hal ini menyebabkan Generasi Z seringkali lupa jati diri bangsanya sendiri dan malah lebih memilih nilai-nilai barat yang tidak semuanya dapat sesuai dengan nilai-nilai bangsa Indonesia. Di samping itu, hal ini membuat rasa nasionalisme mereka menipis seiring waktu (Wulandari et al., 2021).

B. Pengaruh Antar Variabel

a. *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang

Performance expectancy merupakan bentuk manifestasi dari keyakinan seseorang terhadap suatu system, apakah dengan adanya system tersebut dapat memberikan berbagai benefit atau keuntungan bagi pengguna system tersebut. Dengan adanya QRIS ini, Generasi Z khususnya di kota Padang memiliki berbagai harapan dalam kemudahan penggunaan dan manfaat lainnya. Apabila Generasi Z menilai bahwa QRIS mampu memberikan kinerja yang diharapkan, maka mereka akan menjadikan *system* QRIS ini sebagai alat pembayaran utama. Namun jika QRIS ini tidak mampu memberikan berbagai kemudahan dan manfaat seperti yang mereka harapkan, maka besar kemungkinan mereka akan memiliki pembayaran dengan *system* lain.

b. *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang

Facilitating conditions disebutkan sebagai keyakinan seseorang terhadap fasilitas dilingkungannya termasuk jangkauan, jaringan dan ketersediaan perangkat untuk menjadikan keyakinan seseorang menerima sebuah teknologi. Jika seorang telah yakin bahwa lingkungan mereka dapat memfasilitasi kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang ditawarkan, maka ia akan menggunakan teknologi atau aplikasi QRIS ini. Sebaliknya jika jaringan dan ketersediaan perangkat yang mereka miliki tidak mampu mendukung penggunaan aplikasi QRIS ini, maka mereka akan lebih memilih melakukan pembayaran dengan penggunaan uang tunai.

c. *Social Influence* berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang

Lingkungan sosial akan sangat berpengaruh pada penggunaan dan penerapan aplikasi atau suatu system di masyarakat kita. Untuk menggunakan suatu aplikasi atau system baru, masyarakat kita cenderung meminta testimoni atau pengalaman orang lain yang lebih dahulu telah menggunakan aplikasi atau system yang sama. Jika mereka mendapati sekelompok individu memberikan testimoni yang bagus terhadap suatu system, maka mereka juga akan turut menggunakan aplikasi atau system tersebut. Namun apabila di lingkungan mereka mendapati sekelompok masyarakat memberikan

testimoni yang buruk terhadap aplikasi tersebut, maka akan sangat besar kemungkinan aplikasi tersebut juga tidak akan mereka gunakan. Demikian juga yang terjadi pada Generasi Z di Kota Padang.

d. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Niat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang.

Effort Expectancy dapat dinyatakan sebagai seberapa besar usaha yang harus dilakukan oleh seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem. Dalam konteks ini, apabila sistem QRIS ini dianggap sulit untuk digunakan maka semakin kecil peluang orang tersebut untuk menggunakan QRIS. Dan begitu pula sebaliknya, apabila sistem QRIS ini dianggap mudah dan praktis penggunaannya, maka semakin besar peluang orang tersebut untuk tetap menggunakan QRIS.

e. Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap Niat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Padang.

Berdasarkan rekomendasi dari model UTAUT2, *Behavioral Intention* diyakini sangat berpengaruh terhadap penggunaan teknologi. Dalam konteks ini, apabila seseorang tertarik dan berniat untuk menggunakan sebuah teknologi, maka peluang seseorang untuk menggunakan teknologi akan semakin besar

C. Penelitian Yang Relevan

Untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan, maka diperlukan penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, agar dilihat dan diketahui penelitian ini berpengaruh dan mendukung atau tidaknya dengan penelitian sebelumnya. Rincian penelitian relevan dapat dilihat pada table berikut ini :

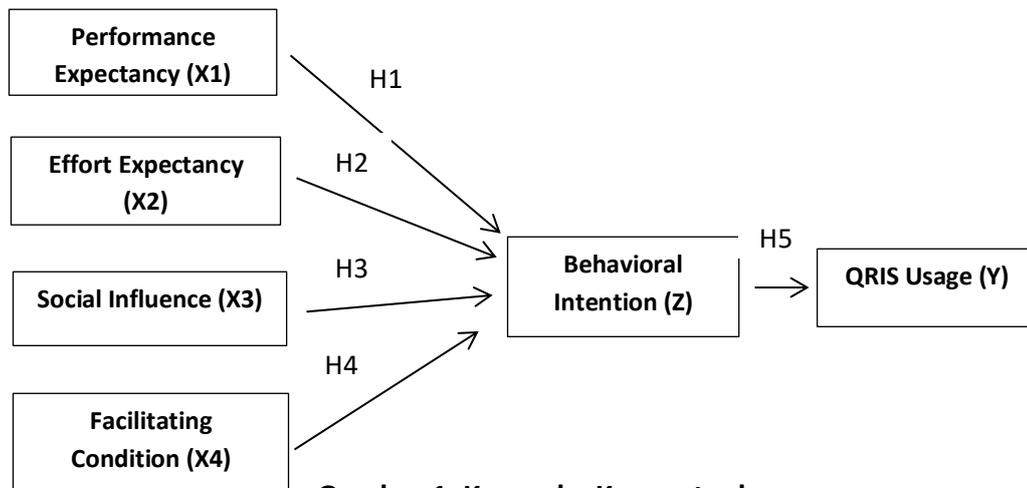
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Hasil Penelitian
1	<i>Analysis Of Factors Affecting Use Behavior Of QRIS Payment System In DKI Jakarta</i> (Hermawan Lonardi 2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Behavior Intention, Perceived Security, Trust dan Privacy Risk merupakan determinan penting dan berdampak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penggunaan pembayaran elektronik selain itu kemudahan penggunaan (Effort Expectancy) aplikasi juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penggunaan pembayaran elektronik. Temuan ini sejalan dengan kondisi lapangan di sistem pembayaran QRIS.
2	<i>Building Customer Loyalty In Digital Transaction Using Qr Code : Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> (Fulshah chohan 2022)	Penelitian ini menemukan minat yang tinggi di kalangan Milenial untuk bertransaksi menggunakan QRIS karena dianggap lebih mudah, cepat dan aman. Jika pelanggan mencapai tingkat loyalitas dalam penggunaan transaksi digital menggunakan QRIS maka gaya hidup masyarakat tanpa uang tunai dapat dianggap berhasil dan dapat digunakan di masa depan.
3	<i>Factors Analysis That Affecting The Intention To Use Digital Payment 9case Study On Ovo Users In Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)</i> (Wahyu Indar Rachmawati 2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor Performance Expectancy, Effort Expectancy, dan Perceived Security berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran digital (OVO) di Jabodetabek. Sedangkan faktor Pengaruh Sosial dan Budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran digital (OVO) di Jabodetabek
4	<i>Understanding Behavioral Intention To Use Mobile Wallets In Vietnam : Extending The Tam Model With Trust And Enjoyment</i> (Anh	penelitian ini memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor berpengaruh yang dapat membantu penyedia M-wallet di Vietnam untuk menarik lebih banyak pelanggan. Sebagaimana dinyatakan di atas, jelas menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang

	<p>Tho To & Thi Hong Minh Trinh 2020)</p>	<p>dirasakan adalah anteseden utama dari niat perilaku untuk menggunakan. Dalam hal ini, temuan menunjukkan bahwa penyedia M-wallet harus meningkatkan atau mengembangkan aplikasi pembayaran seluler dengan kegunaan tinggi, lebih banyak manfaat untuk memuaskan kaum muda Vietnam. Oleh karena itu, upaya pemasaran harus diarahkan untuk mengomunikasikan dua atribut M-wallet ini. Selanjutnya, untuk meningkatkan perasaan senang konsumen, interaksi pengguna harus tetap sederhana dan menyenangkan. Perilaku dan kebiasaan kelompok konsumen harus diselidiki secara mendalam untuk menawarkan layanan yang dipersonalisasi. Akhirnya, kepercayaan memiliki dampak positif pada manfaat yang dirasakan, sehingga meningkatkan niat untuk menggunakan. Direkomendasikan bahwa penyedia M-wallet harus menghubungkan kepercayaan dengan manfaat yang dirasakan dari M-wallet. Misalnya, mereka harus memberikan yang tepat</p>
5	<p><i>Digital-Only Banking Experience : Insights From Gen Y And Gen Z</i> (Nila Armelia Windasari 2021)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel kecuali rasa ingin tahu dan promosi penjualan secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan perbankan digital saja. Menciptakan antarmuka perbankan digital yang menarik dan sederhana penting untuk mendukung pengalaman kemudahan penggunaan bagi nasabah. Namun, untuk memastikan pengalaman pelanggan yang positif, faktor lain harus diterapkan, seperti penghargaan, fitur unik, dan berita positif dari mulut ke mulut</p>

D. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran digunakan untuk menjadi acuan dan merancang suatu hipotesis terkait dengan masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian, variabel yang akan diamati yaitu bagaimana keterkaitan antara variabel bebas Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Facilitating Condition (X4), yang diyakini akan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Behavioral Intention (Z) sebagai mediasi, dan QRIS Usage (Y) diyakini akan mendapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Behavioral Intention. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan dalam bentuk kerangka konseptual sebagai berikut



Gambar 1. Kerangka Konseptual

E. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Performance Expectancy* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*

H2: *Effort Expectancy* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*

H3: *Social Influence* akan berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H4: *Facilitating Condition* akan berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

H5: *Behavioral Intention* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *QRIS Usage*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis menggunakan software SmartPLS yang menguji pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, serta Behavioral Intention terhadap QRIS Usage pada Generasi Z di Kota Padang sebagai berikut:

QRIS Usage memiliki banyak aspek yang mempengaruhinya, beberapa dari aspek tersebut yaitu Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, dan Behavioral Intention. Behavioral Intention secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap QRIS Usage. Performance Expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral Intention. Social Influence berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention. Effort Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Facilitating Conditions berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Dari sejumlah variabel yang diteliti, Effort Expectancy adalah variabel yang paling berpengaruh, hal ini dibuktikan pada pengolahan data yang dilakukan oleh penulis dengan total 218 responden yang valid.

B. Saran

Berdasarkan hasil Penelitian yang dilakukan maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Pihak penyedia QRIS harus meningkatkan Social Influence terutama untuk pihak keluarga agar dapat meningkatkan QRIS Usage, hal ini dapat dilakukan dengan cara sosialisasi tentang keuntungan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran. Karena apabila dalam satu keluarga tersebut telah menggunakan QRIS, mereka akan mendorong anggota keluarga yang lain untuk juga menggunakan fitur tersebut.
2. Pihak penyedia diharapkan dapat menyederhanakan lagi penggunaan QRIS agar konsumen dapat menggunakan dengan makin mudah.

3. Pihak penyedia QRIS juga harus menambah titik tersedianya pembayaran dengan QRIS agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen, dan ini pun akan membuat konsumen merasa nyaman karena tersedianya pembayaran dengan QRIS di berbagai toko atau merchant.
4. Pengguna QRIS harus lebih teliti ketika memilih layanan yang akan digunakan karena pada saat sekarang sedang maraknya peretasan informasi yang dilakukan oleh pihak tidak bertanggung jawab.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih mengembangkan Penelitian terhadap variabel eksternal yang ada pada UTAUT2 dan META UTAUT karena pada Penelitian ini hanya menggunakan variabel yang ada pada UTAUT.