

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Masyarakat Gen Y dalam Menggunakan QRIS pada Berbagai Toko Ritel di Kota Batam

Kharisma Austin Makaba

Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Universal, Batam, Indonesia

Email: kharisma.austin@uvers.ac.id

Abstract

Despite the previous severe contraction, the economy has gradually recovered, as evidenced by the resumption of significant transactions. One visible thing is the development of digitization in terms of converting conventional transactions into digital transactions such as the use of QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard). In Batam City, it was reported by BI Kepri that the number of QRIS merchants increased by 10.28% from the first quarter of 2022, and users increased by 92.65% from the first quarter to 117,686 (y-o-y). However, many people have not switched to digital payments like Gen Y. The KIC survey spread across 34 provinces found that more Gen Y use conventional bank accounts than digital wallets and the use of digital wallets is dominated by Gen Z of 68%. This research aimed to analyze the factors that influence the Behavior intention of the Gen Y community in using QRIS in various retail stores in Batam city. The sample in this research was 101 respondents who were chosen according to predetermined criteria. The research model used a combination of TAM and TPB, with multiple linear regression analysis using SPSS. The results showed that Perceived Ease to Use had a significant effect on Perceived Usefulness, then Perceived Usefulness & Perceived Ease to Use affected Attitude, as well as the PEU, PE, Attitude, & Perceived Behavior control variables had a significant effect on behavior intention while the Subjective Norms variable did not significantly effect on behavior intention.

Keywords: QRIS, TAM, TPB, Behavior Intention

Abstrak

Kondisi ekonomi di dunia yang sebelumnya mengalami kontraksi yang sangat parah, kini berangsur pulih, hal ini ditandai dengan berjalannya kembali aktivitas transaksi dengan cukup signifikan. Satu yang terlihat yaitu perkembangan digitalisasi dalam hal pergantian transaksi konvensional menjadi transaksi digital seperti penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard). Kota Batam pada tahun 2022 dilaporkan oleh BI Kepri bahwa hingga triwulan 1 2022 jumlah merchant QRIS meningkat sebesar 10,28%, dan dari sisi pengguna meningkat 92,65% menjadi 117.686 (y-o-y). Walaupun begitu, hingga saat ini masih begitu banyak masyarakat yang belum beralih ke pembayaran digital seperti Gen Y, pada survey KIC yang tersebar di 34 provinsi menghasilkan bahwa Gen Y lebih banyak yang menggunakan rekening Bank konvensional dibandingkan

dompet digital dan penggunaan dompet digital didominasi Gen Z sebesar 68%. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Behavior Intention masyarakat Gen Y dalam menggunakan QRIS di berbagai toko ritel di kota Batam. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 101 responden yang ditarik sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Model penelitian ini menggunakan gabungan TAM dan TPB, dengan analisis data menggunakan Multiple Regression Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PEU berpengaruh signifikan terhadap PE, lalu PE & PEU berpengaruh terhadap Attitude, begitupun dengan variabel PEU, PE, Attitude, & PBC berpengaruh signifikan terhadap Behavior Intention, sedangkan variabel Subjective Norms tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavior Intention.

Kata Kunci: QRIS, TAM, TPB, Behavior Intention

1. PENDAHULUAN

Memasuki era new normal, memberikan banyak perubahan seperti beralihnya transaksi konsumen dari konvensional menjadi transaksi non konvensional atau digital (Makaba et al., 2021). Hal tersebut tercermin pada kegiatan pembayaran dikarenakan ketakutan masyarakat untuk kontak langsung dengan orang lain, dan uang tradisional rentan menjadi tempat penyebaran virus. Berjalannya kembali aktivitas transaksi dengan cukup signifikan persentasenya. Indonesia di tahun 2022 dilaporkan oleh BPS.co.id mengalami pertumbuhan pada triwulan II sebesar 5,01% (y-o-y). Sektor perdagangan khususnya ritel merupakan salah satu sektor penyumbang pertumbuhan ekonomi di Indonesia, begitupun di Batam selain sektor industri pengolahan dan pariwisata mancanegara.

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini sangat pesat di era digital, mengingat saat ini revolusi industri 4.0 sehingga turut mendorong perubahan cara transaksi. Perusahaan kini dipaksa agar secepatnya bisa berinovasi dan beradaptasi dengan cepat, misalnya dalam hal mulai mengadopsi digitalisasi pada proses bisnisnya. Berdasarkan laporan Hootsuite (We are social) mengenai Data pengguna internet dan media sosial per februari tahun 2022 di dunia, diketahui bahwa perangkat mobile yang terhubung naik 2,9%, dan pengguna internet naik 10,1% menjadi 4,95 milyar dibanding tahun sebelumnya. Di Indonesia sendiri, perangkat mobile yang terhubung naik 3,6%, dan pengguna internet naik sebesar 1% menjadi 204,7 juta jiwa dibandingkan 2021, bahkan salah satu kota di Indonesia, menurut katabatam.com pada tahun 2020 survei kesejahteraan rakyat mendapatkan bahwa 74,07% penduduk Batam adalah pengguna internet dan persentase ini dipastikan akan naik setiap tahunnya

Saat ini masyarakat semakin bergantung pada internet dan ini menjadi peluang yang sangat besar bagi Industri Fintech untuk hadir dan mengoptimalkan potensi tersebut dengan menawarkan kemudahan bagi penggunaannya untuk mengakses berbagai layanan keuangan. Produk layanan keuangan digital seperti berbagai dompet digital/elektronik, hingga mbanking serta alternative terbaru yang saat ini menjadi tren yaitu metode pembayaran menggunakan QRIS.

Dompet elektronik merupakan layanan elektronik yang menyimpan data instrument pembayaran seperti alat pembayaran yang menggunakan kartu ataupun uang elektronik yang dapat menampung dana saat melakukan pembayaran (bi.go.id : 2022). QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) merupakan standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia beserta Asosiasi sistem pembayaran Indonesia dengan tujuan bisa mengintegrasikan seluruh pembayaran non tunai perusahaan adalah satu aplikasi. Dengan kata lain, QRIS memungkinkan setiap orang yang mempunyai alat pembayaran baik

dompet digital hingga mobile banking agar bisa melakukan transaksi. Dikutip dari dataindonesia.id bahwa mencapai Rp27,6 triliun dengan volume 375 juta pada 2021, berdasarkan nominal transaksi meningkat 236,58% dibandingkan tahun 2020, dan berdasarkan volume tumbuh sebesar 200% dibanding tahun 2020. Kemudian di bulan april 2022 BI Indonesia kembali mencatat bahwa nilai transaksi QRIS meningkat drastis sebesar 468% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya.

Kota batam merupakan salah satu penyumbang peningkatan nilai transaksi QRIS, dilaporkan oleh (matakepri.com) menurut musni sebagai kepala BI Kepri bahwa sejak QRIS diluncurkan pada bulan maret 2020 transaksi non tunai meningkat sebesar 4,2%, dan dari sisi nominal 34%, dan jumlah merchant QRIS 28.230 unit lebih banyak dibanding tahun sebelumnya. Dan di tahun 2022, di kutip dari SuaraBatam.id, BI Kepri kembali menyatakan bahwa hingga triwulan 1 2022 jumlah merchant QRIS 132.272 meningkat sebesar 10,28%, dan dari sisi pengguna meningkat 92,65% menjadi 117.686 (y-o-y). peningkatan ini didukung oleh manfaat yang ditawarkan oleh QRIS, menurut penelitian (YUCHA et al., 2020) penggunaan QRIS yang menjadi trend positif bagi pelaku usaha dan konsumen belakangan ini, karena membantu proses transaksi non tunai secara lebih efisien, dan dari sisi UMKM atau bisnis besar lainnya QRIS dirasa mampu meningkatkan kinerja usahanya terlebih pada masa Pandemi.

Mengetahui manfaat yang diberikan, hingga saat ini masih begitu banyak masyarakat yang belum beralih ke pembayaran digital seperti Gen Y disebut sebagai generasi milenial yang lahir pada rentang tahun 1980-1995, menurut katadata.co.id bahwa dalam survey KIC yang tersebar di 34 provinsi menghasilkan bahwa Gen Y lebih banyak yang menggunakan rekening Bank konvensional sebesar 45,7%, sedangkan Gen Z (1995-2010) penggunaan konvensional dan digital nyaris seimbang, dan khusus penggunaan dompet digital didominasi Gen Z sebesar 68%. Sehingga tidak mengherankan jika penggunaan QRIS jika diperhatikan saat ini masih didominasi oleh Gen Z. hal ini tercermin dalam keseharian khususnya di toko ritel seperti minimarket, Gen Z cenderung akan menanyakan apakah bisa melakukan pembayaran secara digital misalnya melalui QRIS, bahkan saat ini masyarakat banyak yang sudah tidak membawa uang cash lagi dalam dompetnya. Walaupun kualitas teknis sudah meningkat dan akan semakin meningkat kedepannya namun masih banyak yang mengalami kegagalan, dalam penelitian (Sulistiyarini, 2012) mengemukakan bahwa banyak penelitian yang menunjukkan kegagalan penerimaan teknologi disebabkan oleh aspek keperilakuannya (Behavioral). Pangestu & Pasaribu, (2022) menyatakan bahwa semakin tingginya penggunaan QRIS, mengindikasikan tingginya tingkat adopsi teknologi yang direfleksikan oleh niat perilaku (behavior intention) selaku pengguna layanan digital payment.

Penelitian ini menggunakan gabungan teori TAM dan TPB, seperti dalam penelitian (Cheng, 2019) yang menyatakan bahwa walaupun penggabungan teori tersebut dianggap kontroversial oleh berbagai peneliti namun menurutnya peneliti perlu memperluas pemahaman dengan melakukan perbandingan antar teori tersebut.

Bertitik tolak pada permasalahan yang dipaparkan di atas maka penulis mengangkat topic tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Behavior Intention seseorang dalam menggunakan metode pembayaran digital yaitu QRIS. penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran dan pengetahuan tentang faktor pembentuk intensi Gen Y khususnya yang berada di kota batam, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan insight pada berbagai bisnis di batam dalam merumuskan strategi yang tepat untuk bisa menjangkau Gen Y kedepannya.

2. KAJIAN TEORI

Sistem pembayaran digital

Perubahan teknologi yang semakin canggih membuat alat pembayaran yang sebelumnya menggunakan uang, kini berevolusi menjadi alat pembayaran elektronik berbasis server. (Kurniawati et al., 2021).

Pembayaran secara digital dapat diartikan sebagai kegiatan membayar sejumlah kewajiban kepada si penerima dengan memanfaatkan teknologi. Menurut (Tarantang et al., 2019) dalam pembayaran secara digital, uang akan disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik.

QRIS

Quick response code Indonesian standard (QRIS) merupakan penyatuan berbagai macam QR dari berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. Dikembangkan oleh industry sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia dengan tujuan untuk membuat proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah dan terjaga keamanannya (bi.go.id : 2022).

Technology Acceptance Model (TAM)

Teori ini merupakan teori yang dibangun oleh Davis, Bagozzi dan warshaw pada tahun 1986 yang saat ini dikenal dengan sebutan TAM. TAM merupakan teori yang berguna untuk menganalisis dan memahami berbagai faktor yang mungkin akan mempengaruhi diterimanya sebuah teknologi untuk digunakan. Menurut Lucyanda et al., (2010) TAM bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor eksternal dari perilaku pengguna teknologi terhadap penggunaan teknologi itu sendiri.

Menurut (Hammouri et al., 2022) Dua konstruksi utama digunakan untuk mengukur niat perilaku: kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) dan kegunaan yang dirasakan (PU). Perceived ease of use digunakan untuk mengukur keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi tertentu akan mudah dan bebas dari usaha. Kegunaan yang dirasakan (PU) mengacu pada sejauh mana pemikiran individu bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bermanfaat.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori perilaku terencana (TPB) merupakan pengembangan dari TRA (Theory of Reason Action). TPB adalah kerangka konseptual yang bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor penentu perilaku tertentu. TPB memberikan kerangka konseptual yang berguna untuk menangani kompleksitas perilaku sosial manusia. Teori ini menggabungkan beberapa konsep sentral dalam ilmu sosial dan perilaku dan mendefinisikan konsep-konsep ini dengan cara yang memungkinkan untuk prediksi dan pemahaman perilaku tertentu dalam konteks tertentu. Pada penelitian Taylor & Todd, (1995) menampilkan 3 indikator dari TPB yang digunakan dan indicator tersebut kini banyak digunakan dalam penelitian salah satunya Penelitian (Triutomo et al., 2022) menggunakan 3 indikator yang nantinya akan dijadikan parameter yaitu attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control

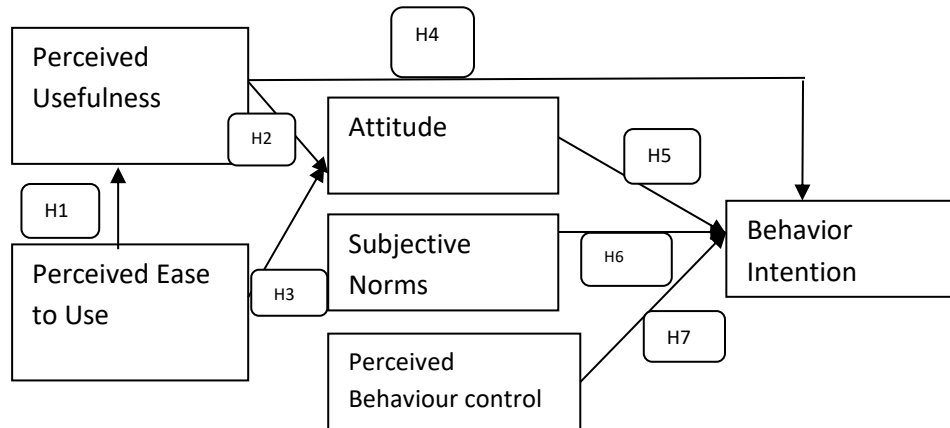
3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif menurut Sugiyono, (2015:13) bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu.

Sedangkan deskriptif berarti penelitian yang menjelaskan suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena yang akan diamati oleh peneliti.

Penelitian ini dijadwalkan akan dilaksanakan pada bulan oktober-november 2022, dengan lokasi penelitian dilaksanakan di kota Batam dengan menyebarkan kuesioner secara online sesuai dengan batasan dan kriteria dalam penelitian.

Penelitian ini merupakan gabungan dari variabel TAM dan TPB dan diuji menggunakan regresi linear berganda, dengan model kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019:126) populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Dalam hal ini populasi tidak hanya orang tetapi juga termasuk obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi terdiri dari kumpulan individu yang akan diperkecil dan ditarik menjadi sampel yang sesuai dengan kriteria yang sebelumnya ditetapkan di dalam sebuah penelitian. Diketahui bahwa populasi masyarakat kota batam per tahun 2021 sebanyak 1.193.088 juta jiwa (Kominfo.batam.go.id:2022).

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang dikehendaki nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling yang artinya sampel ditarik berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tabel 1: Kriteria Sampel

Kriteria sampel	Keterangan
Masyarakat Kota Batam	1. Gen Y (1981-1995) yang merupakan konsumen bisnis ritel (Minimarket, Supermarket, Grosir, etc) 2. Memiliki E-wallet dan pernah melakukan pembayaran menggunakan QRIS atau setidaknya mengetahui e-wallet dan QRIS

Frankel&Wallen 1993 (dalam Indrawan & Yaniawati, 2014:103) menyatakan bahwa jumlah sampel yang disarankan untuk penelitian yang berupa penelitian deskriptif adalah minimal 100 sampel. Begitu juga menurut Roscoe 1981 (dalam Sugiyono, 2019:143) pada bukunya yang berjudul Research Methods for Business ada beberapa saran tentang ukuran sampel pada sebuah penelitian, antara lain:

- Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu 30-500
- Jika penelitian akan menggunakan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda) maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel (independen dan dependen) yang diteliti.

Berdasarkan teori di atas, maka dalam penelitian ini peneliti menentukan untuk menggunakan 101 sampel yang sesuai kriteria.

Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen

Jenis data dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini, digunakan data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada gen Y yang ada di kota Batam Teknik angket/kuesioner digunakan bila responden jumlahnya besar agar dapat membaca dengan baik dan dapat mengungkapkan hal-hal yang sifatnya rahasia (Sugiyono, 2019:175). Kuesioner akan berisi berbagai pertanyaan sesuai dengan variabel dalam penelitian yang nantinya akan dijawab oleh responden dan diukur dalam skala ordinal dengan poin 1-5 yang menunjukkan nilai 5 adalah jawaban sangat setuju dan yang paling terkecil yaitu 1 adalah jawaban sangat tidak setuju.

Data sekunder dalam penelitian ini mengambil berbagai informasi yang berguna dari berbagai media elektronik, internet, jurnal dan sumber sekunder lainnya yang dapat membantu penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Pengaruh TAM dan TPB terhadap Behavior Intention menggunakan Regresi Linier Berganda.

1. Analisis Regresi linear berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda yang mana model analisis ini melibatkan lebih dari satu variabel independen, dan digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Yuliara, 2016:2)

Persamaan umum dalam regresi linier berganda: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$.

Keterangan:

- Y adalah variabel bebas,
- X adalah variabel-variabel bebas,
- a adalah konstanta (intersept)
- b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

Sebelum melakukan Analisis Regresi Linier Berganda, sebuah penelitian wajib melakukan Uji kualitas instrument data yaitu Uji Validitas dan reabilitas, serta melakukan Uji asumsi klasik yaitu Uji Normalitas, Multikolinearitas dan Heterokedasitas untuk melihat apakah data dalam penelitian berdistribusi normal.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi, merupakan pengujian untuk mengetahui besaran persentase pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen (Yuliara, 2016:6) Uji ini menggunakan bantuan SPSS 24.

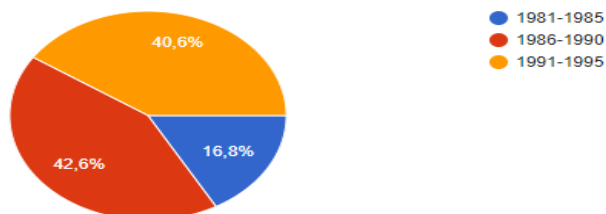
3. Uji Hipotesis

Uji T (Parsial), Menurut Yuliara, (2016:13) Pengujian koefisien regresi secara parsial bertujuan mengetahui apakah persamaan model regresi yang terbentuk secara parsial variable-variable independen-nya berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (Y).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Responden dalam penelitian ini berjumlah 101 responden yang didapatkan dari penyebaran kuesioner secara online di kota batam. Dari responden tersebut didapatkan bahwa dari 101 responden, sebesar 60.4% merupakan laki-laki, dan perempuan 39.6%.



Gambar 2: Persentase Tahun Kelahiran
Sumber: Data Primer Diolah

Sumber: Data Primer Diolah Dari gambar di atas merupakan persentase tahun kelahiran dari 101 responden dalam penelitian ini dan menunjukkan responden dalam penelitian ini merupakan Gen Y.

Deskripsi sampel berdasarkan variabel, diketahui untuk variabel TAM pada indikator perceived usefulness mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan indikator perceived ease to use yang lebih rendah. Begitupun pada variabel TPB indikator attitude mendapatkan nilai rata-rata tertinggi dan subjective norms mendapatkan nilai rata-rata terendah.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.724	1.85695

Gambar 11: Koefisien Determinasi
Sumber: Data Primer Diolah

Tabel ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini (X) memiliki pengaruh sebesar 73.8% terhadap variabel Dependen (Y), sedangkan 26.2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 4: Uji T Persamaan Regresi 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.684	1.060		11.027	.000
	Perceived Ease to Use	.680	.093	.594	7.340	.000

a. Dependent Variable: Perceived Usefulness

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa nilai Thitung 7.340 > Ttabel 1.937, ini menunjukkan bahwa Perceived ease to use secara berpengaruh terhadap Perceived Usefulness. Perceived Ease of Use memiliki pengaruh terhadap Perceived Usefulness yang artinya bahwa Gen Y merasa bahwa kemudahan yang dirasakan akan mempengaruhi persepsi kegunaan dalam menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Sulistiyaning, 2012) yang mengatakan bahwa PEU mempengaruhi PU yang dirasakan oleh konsumen.

Sehingga H₀: Ditolak ; H₁: Diterima

Tabel 5: Uji T Persamaan Regresi 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
	B			Beta		
1	(Constant)	1.670	1.466		1.139	.257
	Perceived Usefulness	.419	.093	.410	4.497	.000
	Perceived Ease to Use	.423	.107	.361	3.962	.000

a. Dependent Variable: Attitude

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa nilai Thitung PU 4.497 > Ttabel 1.937 menunjukkan bahwa variabel PU berpengaruh secara parsial terhadap attitude, begitupun juga dengan variabel PEU Thitung 3.962 > 1.937 yang menunjukkan bahwa PEU juga berpengaruh secara parsial terhadap attitude. Perceived Ease of use dan Perceived usefulness memiliki pengaruh terhadap attitude (sikap) yang menunjukkan bahwa semakin baik persepsi akan kemudahan dan kegunaan terhadap QRIS akan memberikan perasaan positif terhadap target perilaku Gen Y. dalam hal ini, Perceived usefulness memiliki pengaruh lebih besar terhadap sikap dibandingkan PEU. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sulistiyaning, 2012; Triutomo et al., 2022) yang menunjukkan bahwa PEU dan PU mempengaruhi sikap individu dalam menggunakan Mobile Banking. Sehingga H₀: Ditolak, H₂ & H₃: Diterima

Tabel 6: Uji T Persamaan Regresi 3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
	B			Beta		
1	(Constant)	-4.693	1.466		-3.203	.002
	Perceived Usefulness	.163	.096	.135	1.707	.091
	Attitude	.439	.091	.371	4.848	.000
	Subjective Norms	.039	.062	.035	.633	.528
	Perceived Behaviour control	.789	.143	.449	5.528	.000

a. Dependent Variable: Behavior intention

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa Nilai Thitung variabel PU, Attitude, dan PBC lebih besar dibanding Ttabel sehingga ketiga variabel tersebut dinyatakan

berpengaruh secara parsial terhadap variabel Behaviour Intention. Dalam hal ini, pengaruh Perceived Usefulness lebih besar terhadap Attitude dibandingkan Behavior Intention, ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi kegunaan oleh Gen Y maka mempengaruhi sikap dan juga behavioural intention sebagai kemungkinan Gen Y untuk melakukan suatu perilaku tertentu yaitu menggunakan QRIS sebagai alat transaksi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Safeena et al., (2013) yang menyatakan bahwa PU merupakan faktor yang mempengaruhi intention (minat) untuk menggunakan Internet Banking. Ha, (2020) juga dalam penelitiannya menunjukkan bahwa PU mempengaruhi Online Shopping Intention. Attitude dan Perceived Behaviour Control berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Intention Behaviour, menunjukkan bahwa perasaan positif dan persepsi kontrol perilaku terhadap QRIS mempengaruhi Gen Y untuk melakukan suatu perilaku tertentu yaitu menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ha, N, 2020 ; Putra & Heruwasto, 2022) yang menyatakan bahwa Attitude mempengaruhi Behaviour Intention dari konsumen begitupun juga dengan penelitian. Begitupun juga dengan penelitian (Lim & Weissmann, 2021) yang menyatakan bahwa minat pelanggan untuk menggunakan belanja digital dipengaruhi oleh perilaku orang lain terhadap penggunaan fitur belanja digital.

Sedangkan variabel Subjective Norms Thitung $0.633 < T_{tabel} 1.937$ sehingga disimpulkan bahwa variabel Subjective Norms tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Behaviour intention. ini menunjukkan bahwa bentuk dukungan sosial tidak mampu mempengaruhi Gen Y dalam melakukan suatu perilaku tertentu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasan & Suciarto, (2020) yang menyatakan bahwa Subjective Norms tidak berpengaruh signifikan terhadap intention dari konsumen, dan yang menunjukkan bahwa Subjective Norms tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat bandung dalam melakukan shop online. Begitupun pada penelitian (Triutomo et al., 2022) yang menghasilkan bahwa Subjective norms tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavior Intention, Sehingga:

HO: Ditolak ; H4, H5, H7: Diterima

HO: Diterima ; H6: Ditolak

Model Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu: Behavior Intention: $-4.693 + 0.163PU + 0.439A + 0.039SN + 0.789PBC$

Persamaan regresi di atas ini diartikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien untuk variabel Perceived Usefulness bernilai positif sebesar 0.163. hal ini menunjukkan bahwa jika variabel PU meningkat sebesar 1% maka dapat mempengaruhi peningkatan variabel Behavior intention sebesar 16.3%.
2. Nilai koefisien variabel attitude bernilai positif sebesar 0.493, menunjukkan bahwa jika variabel attitude meningkat 1% maka akan mempengaruhi peningkatan variabel behavior intention sebesar 49.3%
3. Nilai koefisien variabel SN bernilai positif 0.039 yang menunjukkan bahwa jika variabel SN meningkat 1% maka akan mempengaruhi peningkatan pada variabel Behavior Intention sebesar 3.9%.
4. Nilai koefisien variabel PBC bernilai positif 0.789 yang menunjukkan bahwa jika variabel PBC meningkat 1% maka akan mempengaruhi peningkatan variabel Behavior intention sebesar 78.9%.

5. PENUTUP

Setelah melakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. TAM dan TPB untuk beberapa indikator dinyatakan mampu mempengaruhi Behaviour Intention walaupun indikator salah satu indikator TPB tidak memiliki pengaruh. Ini menunjukkan bahwa model gabungan TAM dan TPB mampu memperluas pengetahuan peneliti mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi Minat perilaku dari Gen Y di kota Batam untuk menggunakan QRIS.
2. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Perceived Behaviour Control memiliki pengaruh paling besar/dominan untuk mempengaruhi Minat perilaku Gen Y untuk menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran.
3. Subjektive Norm diketahui tidak mempengaruhi behavior intention dari responden Gen Y, ini menunjukkan bahwa transaksi digital melalui QRIS belum menjadi sebuah keyakinan ataupun norma di dalam masyarakat, sehingga tidak mampu mempengaruhi perilaku yang sedang dipertimbangkan oleh Gen Y. ini bisa menandakan bahwa kurangnya sosialisasi dari pihak terkait mengenai QRIS sehingga tidak tercipta sebuah kepercayaan yang bisa memberikan tekanan sosial.
4. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai sebuah pertimbangan bagi berbagai bisnis khususnya bisnis ritel untuk lebih aktif memberikan banyak informasi mengenai keunggulan dan jaminan keamanan dari penggunaan QRIS agar masyarakat menjadi lebih tertarik, mengingat penggunaan QRIS memberikan keuntungan bagi bisnis seperti memudahkan transaksi, mencegah penipuan, keamanan yang terjamin dan lebih efisien.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Cheng, E. W. L. (2019). Choosing between the theory of planned behavior (TPB) and the technology acceptance model (TAM). *Educational Technology Research and Development*, 67(1), 21–37. <https://doi.org/10.1007/s11423-018-9598-6>
- Ha, N. T. (2020). The impact of perceived risk on consumers' online shopping intention: An integration of TAM and TPB. *Management Science Letters*, 10(9), 2029–2036. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.009>
- Hammouri, Q., Altaher, A. M., Al-Gasawneh, J. A., Rabaa'i, A. A., Aloqool, A., & Khataybeh, H. (2022). Understanding the determinants of digital shopping features: The role of promo code on customer behavioral intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 641–650. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.4.009>
- Hasan, H. N., & Suciarto, S. (2020). The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food Purchase Intention. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(2), 132. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i2.2260>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *METODOLOGI PENELITIAN: kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. PT. Reflika Aditama.
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 23–30.

- Lim, W. M., & Weissmann, M. A. (2021). Toward a theory of behavioral control. *Journal of Strategic Marketing*, 1–27. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1890190>
- Lucyanda, J., Fakultas, D. A., & Unisma, E. (2010). Pengujian Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Planned Behavior (Tpb). *JRAK Agustus*, 2(1995), 1–14.
- Makaba, K. A., Kadir, N., & Munir, A. R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Merchandise Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan pada Departement Store. ... *Journal of Management & ...*, 4(2), 250–262. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.1122>
- Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)(Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal MANAGE*, 1(1), 29–37. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/23%0Ahttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/download/23/18>
- Safeena, R., Date, H., Hundewale, N., & Kammani, A. (2013). Combination of TAM and TPB in Internet Banking Adoption. *International Journal of Computer Theory and Engineering*, September 2014, 146–150. <https://doi.org/10.7763/ijcte.2013.v5.665>
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689–1699.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage. In *Information Systems Research* (Vol. 6, Issue 2, pp. 144–176). <https://www.jstor.org/stable/23011007>
- Triutomo, I., Putra, P., & Heruwasto, I. (2022). FACTORS AFFECTING CONSUMER INTENTION TO USE QRIS DURING THE COVID-19 PANDEMIC BY USING C-TAM-TPB. *The 6 Th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*.
- YUCHA, N., SETIAWAN, S., MUTTAQIIN, N., EKASARI, R., & MAULADI, K. F. (2020). Digital Payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 323–328. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.323>
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 18.