

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan teknologi saat ini yang semakin maju sangat berdampak penting bagi seluruh aspek kehidupan. Teknologi menjadi sebuah *key driver* untuk perubahan peradaban pada abad 21 (Avianti & Triyono, 2021). Perubahan tersebut berdampak pula pada transformasi di bidang keuangan dengan penerapan teknologi informasi dan komunikasi yaitu *fintech* (*financial technology*) (Firdausy, 2018). Hadirnya *fintech* merupakan sebuah solusi yang tepat guna dan efisien bagi semua pihak (Avianti & Triyono, 2021).

Metode *digital payment* merupakan salah satu dari *fintech* yang tengah berkembang (Otoritas Jasa Keuangan, n.d.). Metode pembayaran digital lebih nyaman dan lebih aman dibandingkan dengan melakukan transaksi secara tunai, lebih transparansi dan akuntabilitas, mengurangi biaya transaksi dan menghemat waktu (Sagayarani, 2021). Hadirnya *fintech* dalam jasa pembayaran menjadikan lebih banyak yang berperilaku pembayaran secara non-tunai atau *cashless* (Avianti & Triyono, 2021). Perilaku dibentuk dari sebuah niat atau bisa disebut *behavioral intention* yang dapat diartikan sebagai suatu sikap yang dapat diukur melalui hasil berupa kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan (Ikhsan & Prabowo, 2020).

Permasalahan mengenai *behavioral intention* merupakan pembahasan yang harus dikaji hingga saat ini (Chin et al., 2018). Dalam penggunaan *fintech* *behavioral intention* yakni niat seorang individu untuk menggunakan teknologi informasi sesuai maksud yang diharapkan (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, 2003). Serta *behavioral intention* dapat dipandang bagaikan sinyal keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam mempertahankan konsumen (Sukwadi & Teofilus, 2015). Konsep *behavioral intention* menjelaskan bahwa sikap yang mempengaruhi perilaku seseorang menentukan motivasi mereka untuk berperilaku tertentu (Saputra & Dahmiri, 2022). *Behavioral intention* menandakan seberapa banyak upaya yang dilakukan seorang individu untuk berperilaku. Besar kecilnya komitmen menentukan pemenuhan perilaku (Saputra & Dahmiri, 2022).

Karena penggunaan layanan teknologi informasi memberikan kecenderungan perilaku individu yang berbeda-beda, maka niat berperilaku dapat dijadikan sebagai ukuran (Eltin, 2019). Pada intinya, perilaku atau tindakan yang ditunjukkan atau dilakukan oleh seseorang didasarkan pada niat yang ada dalam dirinya (Faridawati & Silvy, 2019).

Penelitian mengenai *behavioral intention* telah banyak dilakukan di beberapa bidang, mulai dari *mobile banking* (Owusu Kwateng et al., 2019; Shafly, 2020), *bank payment* (Gupta et al., 2019), *e-banking services* (Ghalandari, 2012), *remote mobile payment* (Slade, E . L ., Dwivedi, Y . K ., Piercy , N . C ., & Williams, 2015), *mobile application* (Gunawan, 2019), *online marketplace* (Christiono & Brahmna, 2018), transportasi *online* (Achmad Fauzi, Teguh Widodo, 2020), *mobile payment* (Abrahão et al., 2016; Oliveira et al., 2016), *QR code payment* (A. Rosli et al., 2020; Chaveesuk & Piyawat, 2021; Jing, 2019; Lamichhane, 2022; Putera Kosim & Legowo, 2021), hingga pembayaran QRIS (Azzahroo & Estiningrum, 2021; Ketut et al., 2022; Pangestu & Pasaribu, 2022; Saputri, 2020).

Pembayaran digital melalui *QR code (quick response code)* adalah salah satu jenis *fintech* untuk transaksi pembayaran dengan memanfaatkan internet. Metode ini dapat dipindai dari berbagai arah secara vertikal maupun horizontal (Sihaloho et al., 2020). *QR code* merupakan mekanisme untuk pembayaran non-tunai dengan cara memindai kode QR dari *merchant* (Sagayarani, 2021). Teknologi ini merupakan inovasi yang dapat memberikan kemudahan dalam berbagai fungsi sistem yang ada karena mempercepat pendataan. Manfaat dari kode QR ialah dapat untuk penyimpanan dan penggunaan informasi yang akurat, dan manfaat fisik yang dapat bertahan lama (Akbar et al., 2019). Jika seseorang melihat sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya, maka akan lebih tertarik untuk menggunakannya dan akan mendatangkan kepuasan (D. A. Nugraha, 2021).

Sejak 17 Agustus 2019 sistem pembayaran melalui kode QR di Indonesia telah distandardisasi oleh Bank Indonesia melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* yang disingkat QRIS (dibaca: kris) merupakan gabungan berbagai jenis QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan kode QR. Industri sistem pembayaran dan Bank Indonesia mengembangkan QRIS untuk membuat transaksi dengan kode QR lebih mudah,

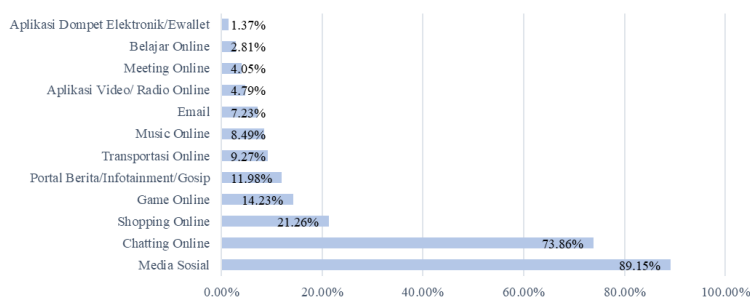
Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

cepat, dan aman. Selain itu, PJSP yang akan menggunakan kode QR sebagai metode pembayaran harus menerapkan QRIS (Bank Indonesia, 2020). Alasan diluncurkannya metode pembayaran ini karena pada saat bertransaksi secara non-tunai *merchant* harus menyediakan berbagai kode QR penerbit (Sihaloho et al., 2020). Dengan menggunakan QRIS *merchant* tidak lagi harus menyediakan berbagai jenis kode QR (Setiawan & Mahyuni, 2020).

Selain itu, melalui QRIS dapat mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Dalam upaya untuk mengatasi tantangan yang muncul di era modern, gerakan ini bertujuan untuk memberi tahu orang-orang tentang banyak keuntungan yang ditawarkan oleh metode transaksi digital, seperti bahwa mereka efisien, cepat, nyaman, mudah, dan aman (Diskominfo Kota Banjar, 2020). Dilansir dari (Kompasiana.com, 2023) berbagai metode pembayaran dapat dilakukan dengan QRIS seperti transfer langsung dari rekening bank atau aplikasi perbankan, penggunaan dompet digital seperti GoPay, OVO, dan LinkAja, serta kartu kredit atau debit yang terhubung dengan QRIS. Pembayaran dengan QRIS dimudahkan hanya dengan memindai kode QR dengan *smartphone* (Ahdiat, 2022). Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan persentase survei perilaku penggunaan internet di Indonesia tahun 2021-2022 bahwa aplikasi dompet elektronik/*ewallet* merupakan konten yang paling sedikit diakses seperti yang tercantum dalam data pada Gambar 1.1.



Sumber: (Data diolah kembali, APJII, 2022, diakses pada 29 November 2023, 13.00 WIB)

GAMBAR 1.1 **SURVEI PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET DI INDONESIA** **2021-2022**

Survei perilaku penggunaan internet di Indonesia tahun 2021-2022 oleh ((APJII) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022) QRIS merupakan

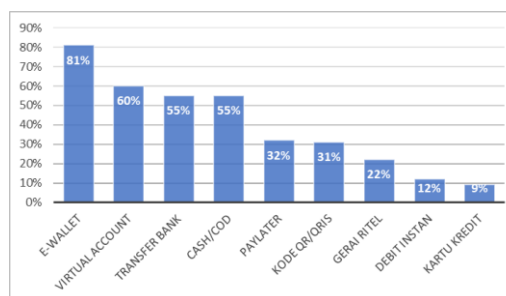
Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

salah satu metode pembayaran yang memanfaatkan internet sebagai pendukung dalam proses transaksi pembayaran. Maka merujuk pada hal tersebut berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa aplikasi dompet elektronik/*ewallet* sebagai sarana alternatif untuk pembayaran QRIS memiliki persentase yang paling rendah sebagai konten yang diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Aplikasi dompet elektronik/*ewallet* hanya memiliki persentase sebesar 1,37% dari total keseluruhan persentase konten yang diakses oleh pengguna internet secara nasional. Persentase tersebut jauh lebih rendah dibandingkan lima besar konten yang paling sering diakses oleh pengguna internet secara nasional lainnya yaitu pada urutan pertama dan kedua terdapat media sosial dan *chatting online* dengan persentase masing-masing sebesar 89,15% dan 73,86%. Disusul pada posisi ketiga *shopping online* dengan persentase sebesar 21,26%. Selanjutnya *game online* menduduki posisi keempat dengan persentase sebesar 14,23%, serta di posisi kelima portal berita/*infotainment*/gosip dengan persentase 11,98%.

Akses terhadap konten aplikasi dompet elektronik/*ewallet* memiliki persentase yang paling rendah oleh perilaku pengguna internet nasional menandakan bahwa niat berperilaku untuk mengakses QRIS sebagai metode pembayaran pun rendah. Hal ini karena salah satu cara terbaik untuk memprediksi perilaku individu adalah dengan menggunakan niat berperilaku, yang dapat didefinisikan sebagai kemauan, rencana, tekad dan janji untuk melakukan sesuatu (Eltin, 2019; Saputra & Dahmiri, 2022). Selain itu persentase pengguna QRIS pun cenderung masih rendah jika dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya seperti pada data Gambar 1.2.



Sumber: (Goodstats.id, 2023, diakses pada 8 Januari 2024, 20.00 WIB)

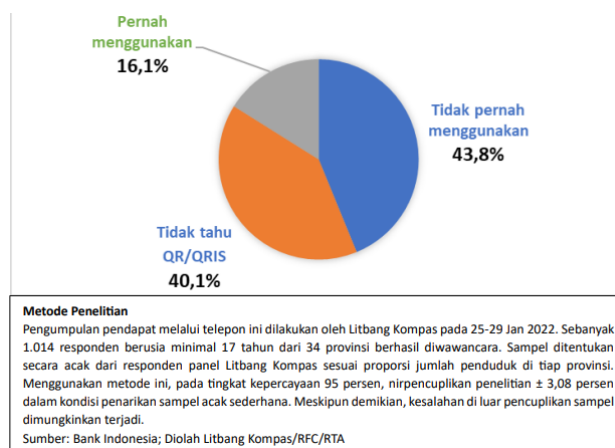
GAMBAR 1.2 **METODE PEMBAYARAN YANG PALING BANYAK DIGUNAKAN DI** **INDONESIA TAHUN 2022**

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan data dari Goodstats.id diketahui bahwa metode pembayaran menggunakan QRIS di Indonesia pada tahun 2022 menempati urutan keenam dengan hanya memiliki persentase penggunaan sebesar 31% (Naurah, 2023). Jika dibandingkan dengan lima metode pembayaran lainnya, maka dapat dilihat bahwa minat penggunaan QRIS di Indonesia sebagai metode pembayaran masih cenderung rendah. Hal ini didukung pula dengan data pada Gambar 1.3 di bawah.



Sumber: (Kompas.id, 2022, diakses pada 2 November 2023, 15.00 WIB)

GAMBAR 1.3 **PERSENTASE PENGGUNAAN MASYARAKAT TERHADAP QRIS**

Menurut hasil jajak pendapat dari Kompas.id (Nugraheni, 2022), hanya 16,1 persen orang yang menjawab bahwa mereka pernah melakukan pembayaran melalui QRIS, dan sebagian besar orang tidak pernah menggunakan atau mengetahui apa itu QRIS. Sebanyak 43,8 persen orang yang menjawab tidak pernah memanfaatkan QRIS, dan 40,1 persen orang yang menjawab tidak tahu apa itu QRIS. Tingkat penggunaan masyarakat terhadap QRIS sebagai sistem baru untuk metode pembayaran yang masih rendah. Sehingga dapat menjadi indikasi bahwa niat berperilaku masyarakat dalam memakai QRIS untuk transaksi pembayaran pun masih rendah.

Terdapat pula sejumlah kendala yang dihadapi oleh pengguna QRIS. Dilansir dari laman (Mediakonsumen.com, n.d.) sejak 25 Juni 2020 hingga 14 September 2023 terdapat 133 artikel yang telah terbit terkait keluhan pengguna mengenai permasalahan transaksi pembayaran melalui QRIS. Keluhan tersebut mulai dari kasus transaksi pembayaran QRIS yang gagal, tetapi saldo pengguna telah terpotong namun saldo tersebut tidak masuk ke pihak *merchant*. Selain itu, terdapat

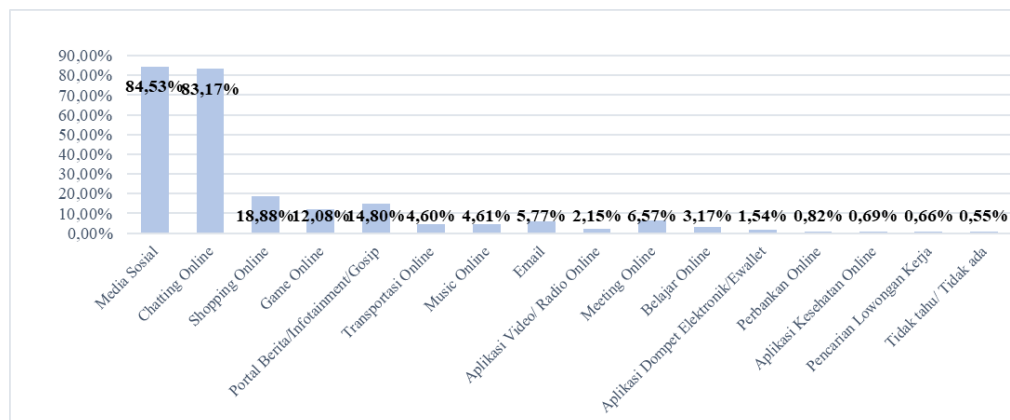
Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

laporan masalah terkait transaksi yang salah nominal tetapi tidak ada kejelasan mengenai pengembalian kelebihan dana dari pihak bank kepada pengguna. Serta laporan artikel tentang transaksi tidak dikenal melalui QRIS yang menyebabkan saldo pengguna terpotong bahkan hingga terkuras habis. Berdasarkan laman berita *Republika.com* (Sadewo, 2023) dan *Parboaboa.com* (William, 2023) terdapat pula kasus penipuan dengan menggunakan stiker QRIS palsu yang dipasang di kotak amal masjid dan di beberapa toko tanpa sepengetahuan pemilik sehingga dana yang disalurkan masuk ke rekening pelaku penipuan.

Serta jika melihat persentase survei perilaku penggunaan internet di Jawa Barat tahun 2021-2022 bahwa aplikasi dompet elektronik/*ewallet* dan perbankan *online* sebagai media untuk pembayaran QRIS merupakan konten yang paling sedikit diakses seperti yang tercantum dalam data pada Gambar 1.4.



Sumber: (Data diolah kembali, APJII, 2022, diakses pada 22 Oktober 2023, 14.00 WIB)

GAMBAR 1.4

SURVEI PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET DI JAWA BARAT

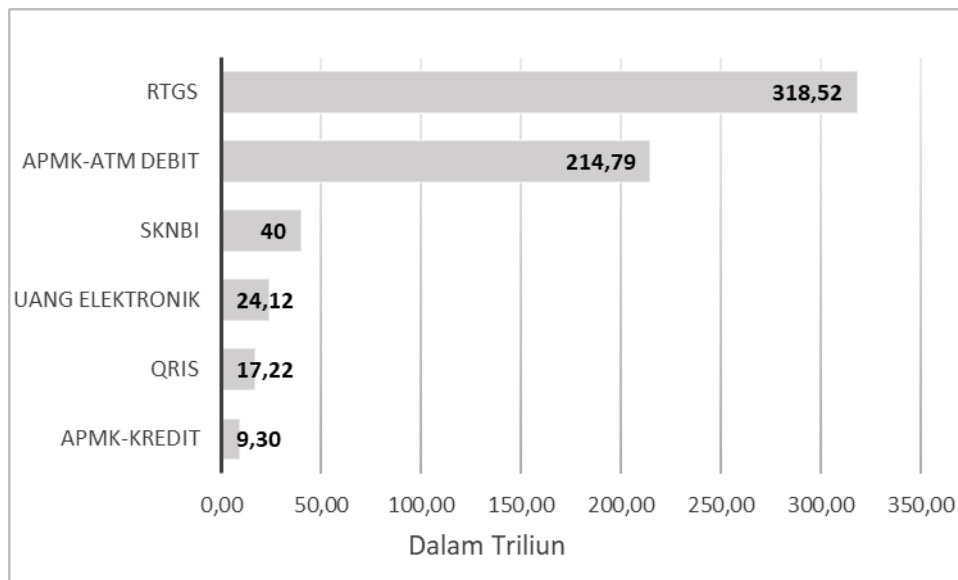
Sejalan dengan data secara nasional, data Gambar 1.4 mengenai survei perilaku penggunaan internet Jawa Barat tahun 2021-2022 oleh ((APJII) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022) menunjukkan hasil serupa. Dilansir dari (*Kompasiana.com*, 2023) dengan QRIS, transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan kode QR yang dapat dipindai melalui aplikasi perbankan atau dompet digital. Sebagai sarana alternatif untuk pembayaran QRIS justru aplikasi dompet elektronik/*ewallet* serta perbankan *online* memiliki persentase yang rendah sebagai konten yang diakses oleh pengguna internet Jawa Barat. Aplikasi dompet

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

elektronik/*ewallet* hanya memiliki persentase sebesar 1,54%, serta perbankan *online* hanya memiliki persentase sebesar 0,82% dari total keseluruhan persentase konten yang diakses oleh pengguna internet di Jawa Barat. Namun untuk konten yang paling sering diakses oleh pengguna internet Jawa Barat yakni media sosial dan *chatting online* dengan persentase masing-masing sebesar 84,53% dan 83,17%. Akses terhadap konten aplikasi dompet elektronik/*ewallet* serta perbankan *online* memiliki persentase yang rendah oleh perilaku pengguna internet di Jawa Barat menandakan bahwa niat berperilaku untuk mengakses QRIS sebagai metode pembayaran pun rendah. Perilaku atau tindakan yang ditunjukkan atau dilakukan oleh seseorang didasarkan pada niat yang ada pada dirinya (Faridawati & Silvy, 2019).



Sumber: (Data diolah kembali, Bank Indonesia, 2024, diakses pada 28 Mei 2024, 12.00 WIB)

GAMBAR 1.5
JUMLAH NOMINAL TRANSAKSI METODE PEMBAYARAN
DI JAWA BARAT TRIWULAN IV 2023

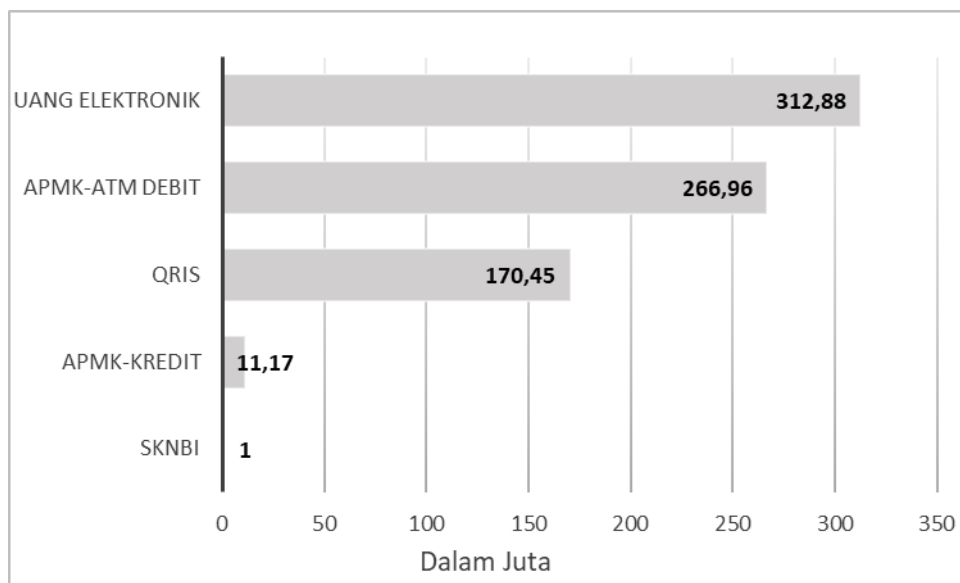
Berdasarkan Gambar 1.5 bahwa transaksi metode pembayaran menggunakan QRIS di Jawa Barat pada triwulan IV 2023 berada di urutan kelima dengan jumlah nominal transaksi hanya sebesar 17,22 triliun (Bank Indonesia, 2024). Jumlah nominal tersebut berada di bawah empat metode pembayaran lainnya seperti pada urutan pertama terdapat *Real Time Gross Settlement* (RTGS) dengan jumlah nominal transaksi terbanyak sebesar 318,52 triliun. Serta pada urutan kedua dan

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

ketiga terdapat metode pembayaran APMK-ATM debit (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu ATM Debit) dengan jumlah nominal transaksi sebesar 214,79 triliun dan metode pembayaran SKNBI (Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia) sebesar 40 triliun. Selain itu pada urutan keempat terdapat metode pembayaran menggunakan uang elektronik dengan jumlah nominal transaksi sebesar 24,12 triliun. Jumlah nominal transaksi QRIS yang masih cenderung rendah mengindikasikan bahwa niat berperilaku untuk memakai QRIS sebagai metode pembayaran pun rendah. Keadaan ini pun didukung data mengenai jumlah volume transaksi sistem pembayaran di Jawa Barat triwulan IV 2023 di bawah ini.



Sumber: (Data diolah kembali, Bank Indonesia, 2024, diakses pada 28 Mei 2024, 12.00 WIB)

GAMBAR 1.6
JUMLAH VOLUME TRANSAKSI METODE PEMBAYARAN
DI JAWA BARAT TRIWULAN IV 2023

Berdasarkan Gambar 1.6 bahwa volume transaksi metode pembayaran menggunakan QRIS di Jawa Barat pada triwulan IV 2023 berada di urutan ketiga dengan jumlah volume transaksi hanya sebesar 170,45 juta (Bank Indonesia, 2024). Volume transaksi tersebut berada di bawah dengan dua metode pembayaran teratas dengan jumlah volume yang cukup jauh. Uang elektronik menjadi metode pembayaran dengan jumlah volume transaksi terbanyak sebesar 312,88 juta. Serta pada urutan kedua terdapat metode pembayaran APMK-ATM debit dengan jumlah volume transaksi sebesar 266,96 juta. Jumlah volume transaksi QRIS yang masih

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

cenderung rendah mengindikasikan bahwa niat berperilaku untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran pun rendah.

Fenomena yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa *behavioral intention* penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran masih rendah. *Behavioral intention* sendiri merupakan cara terbaik untuk memprediksi perilaku individu, yang dapat didefinisikan sebagai kemauan, rencana, tekad dan janji untuk melakukan sesuatu (Eltin, 2019; Saputra & Dahmiri, 2022). Menurut penelitian Wiyono dalam (Pangestu & Pasaribu, 2022) menunjukkan bahwa penyebab terbesar kegagalan penerimaan teknologi tidak lagi dikarenakan oleh kualitas teknis dari teknologi yang dihasilkan, namun kegagalan implementasi teknologi lebih dikarenakan oleh aspek perilakunya. Sehingga *behavioral intention* menjadi aspek penting untuk melihat apakah penerapan suatu teknologi mengalami keberhasilan atau kegagalan (Gerhana et al., 2017).

Untuk meninjau berbagai hal yang dapat memengaruhi niat berperilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS, maka dibutuhkan pendekatan teori yang bertautan dengan tingkat adopsi penerimaan pengguna teknologi yang dapat dibuktikan dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Pangestu & Pasaribu, 2022). UTAUT merupakan sebuah model yang menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan individu terhadap teknologi informasi (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, 2003). Teori UTAUT adalah teori penerimaan serta pemanfaatan teknologi terintegrasi terkini dengan model yang paling tepat (Utami, 2020).

Menurut Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris (2003) model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) menunjukkan bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) serta berperilaku dalam menggunakan suatu teknologi (*use behavioral*) dipengaruhi oleh ekspektasi/harapan kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi/harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Keempat variabel tersebut dimoderasi oleh gender jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan kesukarelaan menggunakan (*voluntariness of use*).

Beberapa penelitian lainnya menunjukkan bahwa *behavioral intention* dapat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya harapan akan kinerja (*performance expectancy*) (A. Rosli et al., 2020; Achmad Fauzi, Teguh Widodo, 2020; Christiono & Brahmana, 2018; Dzulhaida & Giri, 2017; Gunawan, 2019; Jing, 2019; Lamichhane, 2022; Pangestu & Pasaribu, 2022; Rahmawati & Maika, 2021). Pengaruh sosial (*social influence*) (Chaveesuk & Piyawat, 2021; Gunawan, 2019; Jing, 2019; Lamichhane, 2022; Rahman, 2022; Rahmawati & Maika, 2021). Harapan akan usaha (*effort expectancy*) (A. Rosli et al., 2020; Christiono & Brahmana, 2018; Lamichhane, 2022; Pangestu & Pasaribu, 2022; Rahmawati & Maika, 2021). Kondisi pendukung (*facilitating conditions*) memberikan hasil yang positif (Lamichhane, 2022; Pangestu & Pasaribu, 2022; Rahmawati & Maika, 2021). *Perceived trust* (Dzulhaida & Giri, 2017), *personal innovativeness* (Jing, 2019), *hedonic motivation* (A. Rosli et al., 2020), *habit* (A. Rosli et al., 2020; Achmad Fauzi, Teguh Widodo, 2020; Jing, 2019), *value prices* (Chaveesuk & Piyawat, 2021; Jing, 2019), *trust* (A. Rosli et al., 2020), *technology anxiety* (Chaveesuk & Piyawat, 2021), *perceived susceptibility* (Lamichhane, 2022).

Berdasarkan penelitian dari A. Rosli et al. (2020) bahwa harapan usaha (*effort expectancy*) yaitu adalah tingkat kemudahan yang dimiliki pengguna saat menggunakan teknologi. Jika penggunaan teknologi menjadi lebih mudah, lebih banyak orang akan menggunakannya. Jika teknologi mudah digunakan, orang akan tertarik dan akan merasa nyaman bekerja dengannya (Christiono & Brahmana, 2018). Menurut (Lamichhane, 2022) bahwa kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) yaitu kondisi yang memfasilitasi, membuat penggunaan teknologi menjadi lebih mudah dan berdampak pada adopsi teknologi. Keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi dapat dipengaruhi oleh kondisi dan fasilitas yang tepat (Pangestu & Pasaribu, 2022). Sedangkan menurut (Dzulhaida & Giri, 2017) *perceived trust* yaitu dianggap penting untuk mengembangkan bisnis dalam layanan transaksi online. Kepercayaan dianggap sebagai komponen penting yang mempengaruhi pengguna, jadi sulit untuk menentukannya dalam beberapa penelitian.

Berdasarkan penelitian dari A. Rosli et al. (2020) *hedonic motivation* yaitu kepuasan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, telah terbukti memainkan

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

peran penting dalam menentukan penerimaan teknologi dan penggunaan. Ini adalah kepuasan yang dirasakan orang saat menggunakan teknologi tertentu, dan kepuasan yang dirasakan saat menggunakan dapat memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakannya. Serta habit merupakan persepsi yang dibangun oleh pelanggan setelah menggunakan kebiasaan. Persepsi ini diperoleh dari pengalaman yang mereka alami saat mempelajari sesuatu dan menjadi otomatis untuk dilakukan secara terus menerus di masa depan (Achmad Fauzi, Teguh Widodo, 2020).

Performance expectancy adalah salah satu konstruk terkuat dalam mempengaruhi niat berperilaku yang merupakan seberapa besar keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, 2003). Berdasarkan penelitian dari (Lamichhane, 2022) memperoleh hasil bahwa *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan pembayaran melalui kode QR. Saat seseorang merasa bahwa teknologi pembayaran membuat hal-hal menjadi lebih mudah, seperti menghemat waktu saat proses pembayaran menandakan bahwa teknologi tersebut berguna dan bermanfaat (Rahmawati & Maika, 2021). Saat masyarakat Indonesia mengadopsi sistem baru, kebiasaan mereka biasanya dipengaruhi oleh harapan terhadap kinerja atau keuntungan yang akan diperoleh dari penerapan sistem tersebut (Dzulhaida & Giri, 2017). Oleh karena itu, *performance expectancy* akan memengaruhi *behavioral intention* karena dengan melihat keuntungan dari penggunaan teknologi maka pengguna akan mulai tertarik untuk berniat menggunakannya (Jing, 2019).

Serta *social influence* merupakan konstruk terkuat lainnya yang berpengaruh terhadap niat berperilaku (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, 2003). Pada penelitian (Defi Insani Saibil, Fajar Sodik, 2022) *social influence* berpengaruh secara langsung terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Pada umumnya transaksi pembayaran dilakukan di lingkungan publik di mana individu dapat mengamati perilaku orang lain dan dengan demikian kemungkinan untuk dipengaruhi oleh orang disekitar yang penting bagi mereka dalam penggunaan metode pembayaran (Koenig-Lewis, N.; Morgan, M., Palmer, A. and Zhao, 2015). Hal ini kemudian diyakini bahwa penggunaan metode pembayaran akan mudah dilakukan jika didukung dan disetujui

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

oleh anggota keluarga, teman, kolega, dan lainnya (Dixit et al., 2018). *Social influence* menunjukkan bahwa kesan dan pendapat positif dari pengguna teknologi memengaruhi tingkat pengaruh lingkungan sosial terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi (Pangestu & Pasaribu, 2022). *Social influence* dalam ilmu perilaku, telah dianggap sebagai bagian penting dari proses pengambilan keputusan individu (Lu et al., 2017).

Kedua variabel bebas yang dipilih yaitu *performance expectancy* dan *social influence* memiliki pengaruh yang terhadap variabel terikat *behavioral intention*, sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari (Shafly, 2020). Pada penelitian lain ditemukan hasil yang sama, *performance expectancy* dan *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (Christiono & Brahmana, 2018), (Ratnasari et al., 2020), dan (Onibala et al., 2021). Dalam penelitian (Lamichhane, 2022) ditemukan bahwa *performance expectancy* dan *social influence* memiliki dampak yang signifikan pada *behavioral intention* pengguna untuk menggunakan pembayaran kode QR. Sejalan dengan itu (Jing, 2019) menemukan hasil dalam penelitiannya variabel *performance expectancy* dan *social influence* berhubungan terhadap *behavioral intention* untuk mengadopsi *mobile payment* dengan kode QR di Sarawak. Selain itu, hasil penelitian (Pangestu & Pasaribu, 2022) menunjukkan hasil serupa bahwa *performance expectancy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *digital payment* QRIS pada UMKM. Sejalan dengan itu penelitian dari (Defi Insani Saibil, Fajar Sodik, 2022) menunjukkan *performance expectancy* dan *social influence* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran.

Di lain sisi, penelitian (Owusu Kwateng et al., 2019) memperlihatkan hasil *performance expectancy* dan *social influence* tidak signifikan dalam memengaruhi *behavioral intention*. (Putera Kosim & Legowo, 2021) dalam penelitiannya menemukan variabel *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* dalam pembayaran QR. Penelitian lain dari (Amatullah, 2017) dan (A. Rosli et al., 2020) mengemukakan hasil *social influence* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Serta penelitian (Kadim & Sunardi, 2021) mengungkapkan *performance expectancy* dan

Fauzi Nurahman, 2024

PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA QRIS DI JAWA BARAT)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

social influence tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna instrumen pembayaran QRIS Jabodetabek.

Merujuk pada pemaparan masalah yang telah dikemukakan, maka perlu dilakukan penelitian mengenai “**Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Social Influence* Terhadap *Behavioral Intention* (Studi pada Pengguna QRIS di Jawa Barat)**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran *performance expectancy*, *social influence*, dan *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui gambaran *performance expectancy*, *social influence*, dan *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat.
2. Mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat.
3. Mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *performance expectancy*, *social influence*, dan *behavioral intention*.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi industri mengenai aspek *performance expectancy*, *social influence* terhadap *behavioral intention* pada pengguna QRIS di Jawa Barat.
3. Penelitian ini dapat berkontribusi bagi pengembangan dan minat dalam penggunaan transaksi pembayaran melalui QRIS di Jawa Barat.