

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan munculnya teknologi digital, cara orang bertransaksi keuangan telah berubah drastis dalam beberapa tahun terakhir. Penggunaan kode QR (*Quick Response Code*), adalah salah satu kemajuan terbesar dalam industri pembayaran. Kode QR telah berkembang menjadi salah satu metode pembayaran digital yang paling populer di banyak negara di seluruh dunia. Sebagai simbol dari kemudahan dan efisiensi, kode QR memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi hanya dengan memindai kode menggunakan perangkat mobile mereka. Konsep pembayaran dengan kode QR berawal di Jepang pada tahun 1990-an. Denso Wave, produsen komponen mobil asal Jepang dan anak perusahaan Denso Corporation, menemukan kode QR. Kode QR dikembangkan untuk memungkinkan pelacakan komponen otomotif yang cepat dan efisien selama proses produksi. Pembayaran dengan kode QR menjadi populer di Jepang, dan teknologinya dengan cepat diadopsi oleh bisnis dan industri lain. Pada tahun 2011, raksasa *e-commerce* Tiongkok Alibaba meluncurkan sistem pembayaran kode QR sendiri yang disebut Alipay, yang dengan cepat menjadi platform pembayaran seluler yang dominan di Tiongkok (Li Li, 2019). Pada tahun 2012, Starbucks menjadi salah satu perusahaan besar di Amerika Serikat yang mengadopsi pembayaran kode QR. Pelanggan dapat menggunakan aplikasi seluler Starbucks untuk membayar dengan kode QR di kasir (Tom Kaneshige, 2012). Kode QR pertama kali digunakan di Indonesia sekitar tahun 2011-2012, Ketika beberapa bisnis mulai menggunakan kode QR untuk memberikan informasi tambahan tentang produk mereka kepada pelanggan. Matahari *Department Store*, jaringan ritel di Indonesia, adalah yang pertama menggunakan kode Qr untuk memberikan informasi tambahan tentang produk mereka kepada pelanggan.

Kode QR telah digunakan juga sebagai metode pembayaran sejak tahun 2017. Bank Indonesia (BI) mengeluarkan undang-undang yang mengatur penggunaan kode QR dalam transaksi keuangan (Bank Indonesia, 2017). Sejak itu, perbankan dan bisnis fintech, termasuk Go-Jek yang menawarkan GoPay, Lippo Group dengan OVO, Dompot Anak Bangsa dengan DANA, dan lainnya telah memasukkan kode QR ke dalam aplikasi mereka. Pada tahun 2019, Bank Indonesia meluncurkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), sistem pembayaran nasional yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran menggunakan kode QR. Dengan

adanya QRIS membuat transaksi kode QR menjadi lebih mudah, cepat, dan aman. QRIS dirancang untuk menghubungkan sistem pembayaran kode QR yang dikembangkan oleh masing-masing provider seperti uang elektronik, *e-wallet*, dan mobile banking. Sebelumnya perbankan dan bisnis fintech pada setiap aplikasi pembayaran mereka mempunyai kode QR masing-masing. Dengan adanya 1 kode Qris bisa untuk seluruh aplikasi pembayaran bank maupun non-bank.

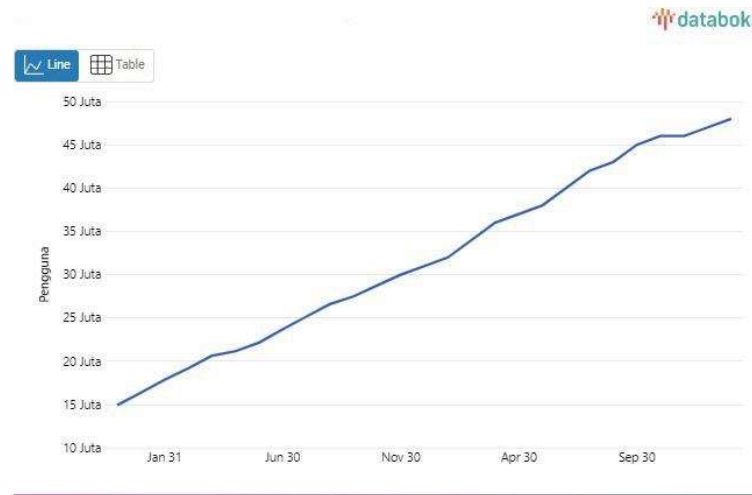


Gambar 1.1 Mekanisme Qris dalam pembayaran/Bank Indonesia

Sumber: cimbniaga.co.id, diakses 9 oktober 2024

Sasaran utama QRIS adalah para pelaku usaha atau *merchant* yang berjualan barang dagangannya. Selain pelaku usaha yang menjadi fokus utama penerapan QRIS, calon konsumen dan nasabah memegang peranan penting dalam keberhasilan transaksi non-tunai dengan kode QR menggunakan QRIS. Sistem pembayaran QRIS menguntungkan baik bagi pelanggan maupun pedagang. Transaksi QRIS membantu konsumen dengan memberikan layanan yang lebih cepat, aman, pembayaran non-tunai, dan nyaman. Sementara itu, pedagang yang telah memasang QRIS pada barang dagangan mereka akan mendapatkan keuntungan dari *branding* bisnis yang lebih baik, prospek penjualan yang meningkat, tidak perlu memberikan uang kembalian, dan fleksibilitas untuk memisahkan dana bisnis dan pribadi.

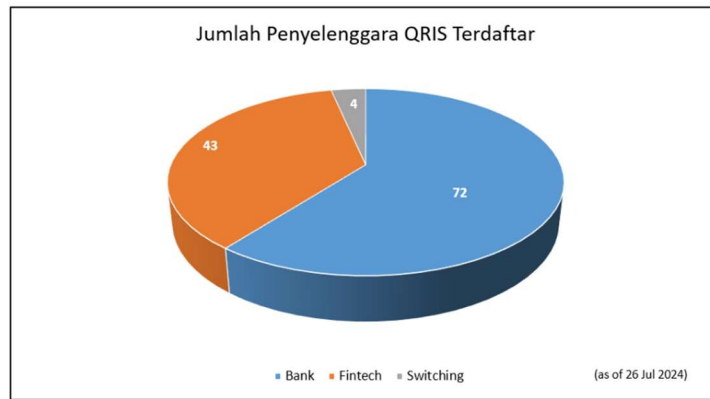
Berikut adalah data jumlah konsumen pengguna QRIS di Indonesia (Januari 2022-Maret 2024):



Gambar 1.2 Data jumlah konsumen pengguna Qris di Indonesia (Januari 2022 - Maret 2024)

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses 9 Oktober 2024

Berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Maret 2024 ada sekitar 48 juta konsumen (*user*) yang menggunakan QRIS. Peningkatan jumlah pengguna tersebut sejalan dengan peningkatan jumlah pedagang yang menerima pembayaran melalui QRIS. Hingga Maret 2024, terdapat sekitar 32 juta pedagang QRIS di Indonesia tumbuh 28% secara tahunan. Peningkatan jumlah pelanggan dan pelaku usaha ini berdampak langsung pada volume transaksi. ASPI melaporkan, volume transaksi QRIS pada Maret 2024 meningkat 199% (yoy) menjadi 374 juta transaksi. Total nilai transaksi meningkat 223% (yoy) menjadi Rp42 triliun. Data dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) per 28 Mei 2024, terdapat 119 penyelenggara QRIS yang terdaftar secara resmi. 72 penyelenggara merupakan perbankan, 43 penyelenggara merupakan perusahaan fintech, dan sisanya merupakan penyelenggara switching.



Gambar 1.3 Jumlah Penyelenggara QRIS terdaftar

Sumber: aspi-indonesia.or.id, diakses 9 Oktober 2024

Meningkatnya penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) di Indonesia menjadi tren yang menarik dalam konteks digitalisasi transaksi keuangan. Bank Indonesia merancang QRIS untuk mengefisienkan sistem pembayaran non-tunai dan mendorong inklusi keuangan di masyarakat. Peningkatan penggunaan QRIS, pada kenyataannya, sebanding langsung dengan efek sosial dari adopsi teknologi. Efek sosial ini tidak hanya melibatkan manfaat teknologi secara fungsional tetapi juga interaksi kompleks antara pengaruh sosial (*social influence*), kebiasaan (*habit*), dan inovasi pribadi (*personal innovativeness*) terhadap niat pengguna (*behavior intention*) untuk mengadopsi QRIS. Dalam hal ini, usia (*age*) memainkan peran penting sebagai variabel moderasi, yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan niat perilaku pengguna.

Social influence mengacu pada tingkat sejauh mana individu merasa didorong oleh orang-orang di sekitarnya untuk mengadopsi teknologi tertentu. Dalam penggunaan QRIS, pengaruh ini dapat berasal dari teman, keluarga, atau komunitas bisnis. Peningkatan jumlah pengguna QRIS menciptakan tekanan sosial yang mendorong individu untuk mengikuti tren, sehingga memperkuat niat untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital. Jika sebagian besar rekan kerja atau pelanggan suatu usaha telah menggunakan QRIS, seseorang cenderung terdorong untuk menggunakannya guna menjaga relevansi sosial dan efisiensi dalam bertransaksi. Pengaruh sosial dapat membuat seseorang berubah menjadi kebiasaan (*habit*). Kebiasaan terbentuk melalui pengalaman positif yang berulang, seperti kemudahan transaksi, kecepatan, dan kenyamanan dalam pembayaran. Seseorang pengguna yang awalnya mencoba QRIS karena dorongan teman

akan terus menggunakannya jika ia merasakan manfaat praktis dalam penggunaannya. *Habit* yang sudah terbentuk dapat memotivasi individu untuk mengeksplorasi lebih banyak tentang QRIS, tetapi efek ini lebih signifikan pada individu dengan tingkat *personal innovativeness* yang tinggi. *Personal innovativeness* adalah sejauh mana seseorang bersedia untuk mencoba teknologi baru tanpa memerlukan dorongan eksternal. Inovasi pribadi mencerminkan sejauh mana individu terbuka terhadap teknologi baru dan memiliki kemauan untuk mencoba inovasi digital. Pengguna yang memiliki tingkat inovasi pribadi yang tinggi lebih mungkin untuk menerima QRIS tanpa ragu.

Untuk mendapatkan latar belakang langsung dari pengguna QRIS, peneliti melakukan survey pendahuluan terhadap 50 responden dengan rincian 22 orang berusia 20-30 tahun, 17 orang berusia 30-50 tahun, dan 11 orang > 50 tahun. Berikut ini adalah pernyataan serta jawaban dari para responden:

Tabel 1.1 Pengaruh Sosial menggunakan QRIS

Pernyataan	Jawaban		Presentase	
	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Saya sering menggunakan QRIS karena rekomendasi teman atau keluarga	39	11	78%	22%
Lingkungan di sekitar saya memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan QRIS	44	6	88%	12%

Dari tabel 1.1 yang menunjukkan hasil pra survey yang dilakukan maka didapati hasil jawaban “Saya sering menggunakan QRIS karena rekomendasi teman atau keluarga” sebanyak 39 responden (78%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa pengaruh dari lingkungan sosial terdekat (teman/keluarga) menjadi salah satu alasan utama mereka dalam menggunakan QRIS. Sebanyak 11 responden (22%) tidak setuju bahwa mereka sering menggunakan QRIS karena rekomendasi teman atau keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada responden yang tidak terpengaruh oleh rekomendasi sosial dalam penggunaan QRIS. Kemudian, pada pernyataan “Lingkungan di sekitar saya mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan QRIS” sebanyak 44 responden (88%) setuju bahwa lingkungan sekitar memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan QRIS.

Tabel 1.2 Kebiasaan menggunakan QRIS

Pernyataan	Jawaban		Presentase	
	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Saya terbiasa menggunakan QRIS untuk transaksi sehari-hari	49	1	98%	2%
Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan QRIS karena saya sering melakukannya	49	1	98%	2%

Bedasarkan tabel 1.2 menunjukkan terdapat 49 responden (98%) menyatakan setuju bahwa mereka telah terbiasa menggunakan QRIS untuk transaksi sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi bagian integral dari kebiasaan bertransaksi mereka, mencerminkan tingkat adopsi yang tinggi dan penerimaan terhadap teknologi pembayaran ini. Dan terdapat 1 responden (2%) yang menyatakan tidak terbiasa menggunakan QRIS. Angka yang sangat kecil ini mengindikasikan bahwa hanya sebagian kecil individu yang belum mengintegrasikan QRIS dalam rutinitas mereka, kemungkinan disebabkan oleh preferensi metode pembayaran lain atau aksesibilitas.

Kemudian, pada pernyataan "Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan QRIS karena saya sering melakukannya" Sebanyak 49 responden (98%) responden merasa nyaman menggunakan QRIS karena telah sering melakukannya. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan berkontribusi pada tingkat kenyamanan pengguna. Semakin sering menggunakan QRIS, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan keakraban terhadap metode ini. Sebagian kecil responden (2%) tidak merasa nyaman meskipun sering melakukan transaksi dengan QRIS. Data menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi bagian dari kebiasaan responden, dengan tingkat penerimaan yang sangat tinggi. Sebagian besar responden merasa terbiasa dan nyaman menggunakan QRIS untuk transaksi sehari-hari. Tingginya rasa nyaman pengguna dapat diasosiasikan dengan kebiasaan rutin menggunakan QRIS.

Tabel 1. 3 Inovasi Pribadi menggunakan QRIS

Pernyataan	Jawaban		Presentase	
	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Saya cepat mengadopsi teknologi pembayaran baru	46	4	92%	8%
Ketika ada teknologi pembayaran digital baru seperti QRIS, saya cenderung segera mencobanya	46	4	92%	8%

Bedasarkan tabel 1.3 sebanyak 46 responden (92%), menyatakan bahwa mereka cepat mengadopsi teknologi pembayaran baru. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar individu yang disurvei memiliki sikap terbuka terhadap perubahan, khususnya dalam perkembangan teknologi digital di sektor keuangan. Sikap ini menunjukkan adanya pola perilaku yang mendukung adopsi teknologi baru dengan cepat, di mana pengguna tidak ragu untuk mencoba sesuatu yang inovatif demi kemudahan dan efisiensi.

Pada pernyataan kedua dalam menunjukkan sebanyak 46 responden (92%) responden setuju bahwa mereka cenderung segera mencoba teknologi pembayaran baru seperti QRIS. Keinginan untuk mencoba QRIS segera setelah diperkenalkan juga menunjukkan bahwa responden tidak hanya terbuka terhadap inovasi, tetapi juga memiliki rasa ingin tahu dan kepercayaan terhadap manfaat teknologi tersebut. Namun, terdapat 4 responden, atau 8% dari total responden, yang menyatakan ketidaksetujuan terhadap kedua pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada Sebagian orang yang cenderung ragu atau tidak terburu-buru dalam mengadopsi teknologi baru. Mereka mungkin membutuhkan waktu lebih banyak untuk merasa nyaman dengan perubahan, atau mungkin merasa bahwa adopsi teknologi baru tidak relevan dengan kebutuhan mereka saat ini.

Tabel 1.4 Niat perilaku menggunakan QRIS

Pernyataan	Jawaban		Presentase	
	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Saya berniat untuk terus menggunakan transaksi pembayaran dengan qris	46	4	92%	8%
Saya merasa aman menggunakan pembayaran menggunakan Qris dari pada alat pembayaran lainnya	44	6	88%	12%

Bedasarkan tabel 1.4 pada pernyataan pertama, "Saya berniat untuk terus menggunakan transaksi pembayaran dengan QRIS," sebanyak 46 responden (92%) menyatakan setuju. Sebagian besar responden memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan QRIS dalam kehidupan sehari-hari. Keberhasilan teknologi pembayaran dalam menciptakan loyalitas pengguna, di mana mayoritas individu merasa bahwa QRIS cukup relevan, efisien, dan memuaskan untuk tetap digunakan di masa depan. Kuatnya niat perilaku ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses, kenyamanan, atau keunggulan QRIS dibandingkan metode pembayaran tradisional lainnya.

Namun, terdapat 4 responden atau 8% yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan ini. Pernyataan kedua, "Saya merasa aman menggunakan pembayaran menggunakan QRIS daripada alat pembayaran lainnya," menunjukkan 44 responden (88%) yang setuju. Keamanan merupakan faktor penting dalam penggunaan teknologi pembayaran digital. Pengguna merasa yakin terhadap perlindungan yang diberikan oleh QRIS. Kepercayaan terhadap keamanan ini kemungkinan besar berkaitan dengan standar keamanan yang diterapkan oleh sistem QRIS. Namun, terdapat 6 responden (12%) yang tidak setuju dengan pernyataan ini. Hal ini menunjukkan adanya keraguan atau ketidakpercayaan dari sebagian kecil pengguna terhadap aspek keamanan QRIS.

Tabel 1.5 Usia sebagai moderasi

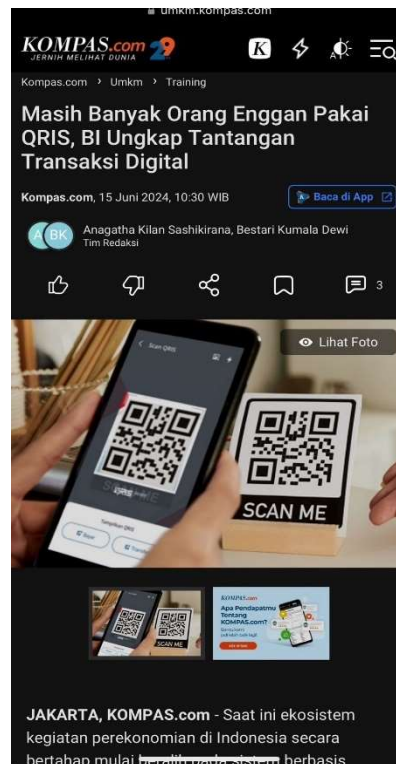
Pernyataan	Jawaban		Presentase	
	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Usia saya memengaruhi cara saya mempelajari teknologi pembayaran baru	41	9	82%	18%
Saya cenderung lebih lambat dalam mengadopsi teknologi pembayaran baru	18	32	36%	64%

Pada tabel 1.5 pernyataan pertama, "Usia saya memengaruhi cara saya mempelajari teknologi pembayaran baru," sebanyak 41 responden (82%) menyatakan setuju, sementara 9 responden (18%) menyatakan tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa usia mereka memiliki pengaruh terhadap bagaimana mereka mempelajari teknologi baru seperti QRIS. Dengan bertambahnya usia, terdapat kemungkinan perubahan dalam kecepatan, pendekatan, atau metode yang digunakan individu untuk memahami teknologi baru termasuk teknologi dalam pembayaran. Responden yang lebih muda mungkin lebih cepat dalam mempelajari teknologi ini, sedangkan responden yang lebih tua mungkin membutuhkan waktu lebih lama atau memerlukan metode pembelajaran yang berbeda, seperti panduan yang lebih praktis atau pendampingan langsung. Namun, 18% responden yang tidak setuju menunjukkan bahwa bagi sebagian individu, usia bukanlah faktor yang signifikan dalam memengaruhi cara mereka belajar teknologi baru. Hal ini dapat terjadi pada individu yang memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi atau memiliki pengalaman yang sudah mapan dalam menggunakan teknologi pembayaran digital.

Pada pernyataan kedua, "Saya cenderung lebih lambat dalam mengadopsi teknologi pembayaran baru," sebanyak 18 responden (36%) menyatakan setuju, sementara 32 responden (64%) menyatakan tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak merasa bahwa mereka lebih lambat dalam mengadopsi teknologi baru, meskipun usia mungkin menjadi faktor yang memengaruhi cara mereka belajar teknologi tersebut. Responden yang menyatakan tidak setuju kemungkinan memiliki sikap proaktif terhadap inovasi teknologi, terlepas dari usia mereka. Di sisi lain, 36% responden yang merasa lambat dalam mengadopsi teknologi baru mungkin lebih cenderung berasal dari kelompok usia yang lebih tua, yang secara alami

membutuhkan waktu lebih lama untuk terbiasa dengan perubahan teknologi. Hal ini juga dapat terkait dengan kepercayaan diri, akses terhadap teknologi, atau pengalaman sebelumnya.

Meskipun sebagian besar responden mengakui bahwa mereka memahami manfaat dari teknologi pembayaran QRIS ini, tetapi masih adanya faktor yang menjadi tantangan dalam penggunaan QRIS.



Gambar 1.4 Tantangan Penggunaan QRIS

Sumber: Kompas.com, diakses 27 November 2024

Menurut Diana, terdapat beberapa tantangan signifikan dalam transaksi digital yang perlu diperhatikan. Pertama, tingkat keamanan data pribadi yang masih rentan terhadap penipuan, terutama akibat kurangnya literasi digital di kalangan pengguna. Banyak masyarakat yang tanpa sadar memberikan informasi pribadi seperti PIN, kode OTP, atau data lainnya kepada pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, pemahaman yang memadai mengenai penggunaan transaksi digital dan langkah-langkah untuk menjaga keamanan data sangat penting. Semakin tinggi literasi digital masyarakat, semakin rendah pula risiko terkena penipuan. Kedua,

penyalahgunaan QRIS, yang sering terjadi dalam bentuk manipulasi nominal pembayaran atau pengalihan transaksi ke rekening pribadi. Hal ini menjadi masalah besar karena banyak konsumen yang tidak menyadari cara menggunakan QRIS dengan benar dan cenderung lengah dalam memeriksa nominal yang tertera. Selain itu, adanya ketergantungan pada jaringan internet yang stabil juga menjadi kendala utama dalam pelaksanaan transaksi digital. Beberapa pelaku usaha dan konsumen masih menghadapi kesulitan dalam menggunakan QRIS, baik karena masalah teknis seperti jaringan yang tidak stabil atau aplikasi yang error, maupun karena ketidakpahaman dalam cara penggunaan sistem pembayaran digital tersebut. Literasi digital menjadi solusi penting dalam mengatasi tantangan yang ada dalam penggunaan QRIS, karena pemahaman yang baik mengenai cara penggunaan teknologi dapat mengurangi risiko penipuan, penyalahgunaan data, dan kesulitan dalam transaksi.

Kemudian, sejumlah penelitian yang dilaksanakan oleh Mayanti (2020) habit tidak berpengaruh terhadap behavior intention signifikan terhadap pengguna akan aplikasi system pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Namun, pada penelitian Butarbutar, Novita, et al. (2022) dan Rifa'i, Ahmad, et al. (2024) dalam penelitiannya yang menghasilkan bahwa habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavior intention menjadi salah satu pemicu penggunaan QRIS secara berkelanjutan. Pada penelitian Pamungkas, Y., & Rahmayanti, D. (2024) menyebutkan bahwa personal innovativeness berpengaruh positif terhadap behavior intention dalam penggunaan digital payment QRIS. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Saputra, Y. E., & Bahari, A. (2024) menemukan bahwa personal innovativeness tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap behavioral intention. Hal tersebut sebanding dengan penelitian yang dilakukan Yan et al. (2021) bahwa personal innovativeness tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention dalam adopsi pembayaran menggunakan kode QR di Malaysia.

Bedasarkan fenomena dan latar belakang, maka penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji faktor-faktor pengaruh *social influence*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap *behavior intention* dengan *Age* sebagai moderator dalam penggunaan pembayaran QRIS. Kemudian diperlukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“Peran *Social Influence*, *Habit*, Dan *Personal Innovativeness* Terhadap *Behavior Intention* dengan *Age* Sebagai Moderator: Analisis Pembayaran QRIS di Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran *social influence* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia?
2. Bagaimana peran *habit* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia?
3. Bagaimana peran *personal innovativeness* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh dari *social influence* terhadap *behavior intention* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia?
5. Apakah terdapat pengaruh dari *habit* terhadap *behavior intention* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia?
6. Apakah terdapat pengaruh dari *personal innovativeness* terhadap *behavior intention* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia?
7. Apakah terdapat pengaruh *age* dalam memoderasi *social influence*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap *behavior intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran *social influence* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia.
2. Untuk mengetahui peran *habit* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia.
3. Untuk mengetahui peran *personal innovativeness* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *behavior intention* pada adopsi pembayaran QRIS di Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh *habit* terhadap *behavior intention* pada adopsi pembayaran QRIS di Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavior intention* pada adopsi pembayaran Qris di Indonesia.
7. Untuk mengetahui pengaruh *age* dalam memoderasi *social influence*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap *behavior intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan atau manfaat secara teoritis sebagai aspek pengembangan ilmu yang diharapkan dapat berguna bagi akademisi dibidang *fintech* terutama yang berkaitan dengan *social influence*, *habit*, *personal innovativeness*, dan *behavior intention* dengan *age* sebagai moderator serta dapat menjadi salah satu rujukan ataupun referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kontribusi Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama mengenai pengaruh *social influence*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap *behavior intention* dengan *age* sebagai moderasi dalam penggunaan QRIS di Indonesia.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan meberikan referensi dan tambahan informasi untuk peneliti berikutnya dan dapat memberi masukan bagi pembaca mengenai variabel *social influence*, *habit*, *personal innovativeness*, dan *behavior intention*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memberikan arah dan gambaran materi pada penelitian ini, oleh karena itu penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis tentang

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak berkepentingan.