

# Pengaruh Penggunaan *QRIS* pada *Mobile banking* terhadap Perilaku Hedonisme Generasi Z : Analisis Theory Of Planned Behavior

Dita R Angelina<sup>1</sup>, Rahmat Hidayat<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Business Management Department, Politeknik Negeri Batam, dita.r@students.polibatam.ac.id, Indonesia*

<sup>2</sup>*Business Management Department, Politeknik Negeri Batam, rahmat@polibatam.ac.id, Indonesia*

**Abstract :** Dengan semakin berkembangnya teknologi pembayaran digital, terutama *Quick Response Code Standard (QRIS)* telah mengubah masyarakat, termasuk generasi Z dalam berbelanja. Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang mencakup *Attitude Toward Behavior (AT)*, *Subjective Norm (SN)*, *Perceived Behavioral Control (PBC)*, *Behavioral Intention (INT)*, dan *Behavior (BI)* untuk menganalisis dampak penggunaan *QRIS* dalam *mobile banking* terhadap perilaku hedonisme generasi Z di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan purposive *sampling* berjumlah 100 responden, dengan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Berdasarkan hasil penelitian *Attitude Toward Behavior (AT)*, *Subjective Norm (SN)*, *Perceived Behavioral Control (PBC)*, secara signifikan mempengaruhi *Behavioral Intention (INT)*, yang pada akhirnya mempengaruhi *Behavior (BI)* dan memicu perilaku hedonistik.

**Keywords:** *QRIS, Mobile Banking, Perilaku Hedonisme, Generasi Z, Theory of Planned Behavior*

## 1. Latar belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku masyarakat secara signifikan, termasuk di sektor keuangan. Salah satu yang paling banyak digunakan adalah *mobile banking* dengan fitur *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, yang diluncurkan Bank Indonesia pada tahun 2019 untuk mempermudah, mempercepat, dan mengamankan transaksi digital. Pada bulan april 2024, pengguna *QRIS* di Indonesia mencapai 48,12 juta dengan pertumbuhan transaksi sebesar 175,44% dibanding tahun sebelumnya (Haryono, 2023).

Generasi Z menjadi salah satu pengguna utama *QRIS* karena tingkat literasi digital yang tinggi dan kecenderungan mengikuti trend konsumtif modern. Menurut hasil data (BPS Statistics Batam, 2024), Generasi Z berjumlah sekitar 348 ribu jiwa (27,12% dari populasi), yang menjadikannya kelompok strategis untuk dikaji. Namun, kemudahan transaksi melalui *QRIS* juga memicu perilaku konsumtif dan hedonistik, seperti pembelian yang tidak terencana untuk gaya hidup.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *Attitude Toward Behavior (AT)*, *Subjective Norm (SN)*, *Perceived Behavioral Control (PBC)* mempengaruhi niat dan perilaku hedonistik. Meskipun demikian, masih sedikit penelitian yang menggabungkan karakteristik ini dalam konteks generasi Z di lokasi padat penduduk seperti Kota Batam. Pada penelitian ini *Theory of Planned Behavior (TPB)* digunakan sebagai kerangka penelitian, dengan mempertimbangkan peran mediasi dari *Behavioral Intention (INT)* untuk mengkaji dampak *AT*, *SN*, dan *PBC* terhadap perilaku hedonisme pengguna *QRIS* dalam *mobile banking* pada generasi Z.

## 2. Kajian Literatur

### 2.1 Mobile Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, *mobile banking* adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui *smartphone* kapan saja dan dimana saja. Dengan fitur – fitur seperti cek saldo, *transfer*, pembayaran menggunakan QRIS dan layanan lainnya, inovasi ini memudahkan bank dan nasabah untuk berinteraksi secara langsung (Wardani, 2021).

### 2.2 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019, dikembangkan oleh Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), untuk memperlancar, mempercepat, dan mengamankan transaksi digital. QRIS dapat diakses melalui *mobile banking* dan dompet digital, sangat memudahkan pembayaran namun berpotensi menyebabkan perilaku konsumtif berlebihan dan menciptakan pembelian yang tidak terencana, terutama perilaku hedonisme di kalangan gen Z (Bank Indonesia, n.d.).

### 2.3 Perilaku Konsumtif dan Hedonisme

Menurut (Meilani & Kusuma, 2024) menyatakan perilaku konsumtif terjadi ketika konsumsi didorong oleh keinginan, tren, atau gaya hidup, bukan sekedar kebutuhan. Sedangkan menurut (Gule, 2021) mendefinisikan hedonisme berasal dari kata Yunani *hedone* (kesenangan), memandang kenikmatan materi sebagai tujuan hidup. Dalam konteks generasi Z, promosi seperti *cashback* atau diskon di *mobile banking* sering memicu perilaku konsumtif dan hedonistik.

### 2.4 Generasi Z sebagai digital native

Generasi Z adalah individu yang lahir di tahun 1997 – 2012, tumbuh di era digital, mahir menggunakan teknologi, dan cenderung mengikuti tren, termasuk pembayaran digital (Ramadhani et al., 2023).

### 2.5 Theory of Planned Behavior (TPB)

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), menyatakan bahwa niat perilaku seseorang dipengaruhi oleh 3 indikator : pertama, *Attitude Toward Behavior* (AT) sebagai bentuk keyakinan dan evaluasi individu terhadap suatu perilaku yang dipengaruhi dorongan untuk menghindari resiko dan mencari keuntungan; kedua, *Subjective Norm* (SN) merupakan salah satu persepsi individu terhadap orang lain yang mempengaruhi keputusan perilaku; ketiga, *Perceived Behavioral Control* (PBC) sebagai persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku, terkait kendali pribadi dan faktor eksternal.

Ketiga komponen ini mempengaruhi *behavioral intention* (INT) yang merupakan indikator langsung dari perilaku nyata (*behavior*). Dalam penelitian ini, perilaku yang dimaksud adalah perilaku hedonistik generasi Z dalam penggunaan QRIS pada *mobile banking*, seperti pembelian yang tidak terencana dan konsumsi berlebihan.

#### 2.5.1 Attitude Toward Behavior (AT)

Menurut Ajzen (1991), attitude toward behavior adalah evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap perilaku. Dalam konteks QRIS pada *mobile banking*, sikap positif tercermin dari persepsi kemudahan, manfaat, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) kemudahan penggunaan, (2) manfaat transaksi, dan (3) kenyamanan berbelanja (Hair et al., 2017).

### 2.5.2 Subjective Norm (SN)

*Subjective norm* merupakan persepsi individu tentang tekanan sosial dari orang – orang terdekat (Ajzen, 1991). Faktor ini mencerminkan bagaimana pengaruh keluarga, teman, atau lingkungan sosial memengaruhi keputusan menggunakan QRIS. Indikator yang digunakan adalah: (1) dorongan keluarga, (2) pengaruh teman sebaya, dan (3) pengaruh media sosial (Anisa et al., 2023).

### 2.5.3 Perceived Behavioral Control (PBC)

Menurut Ajzen (1991), *perceived behavioral control* adalah persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Dalam konteks penggunaan QRIS, indikator nya meliputi: (1) kemampuan menggunakan QRIS, (2) ketersediaan fasilitas pendukung, dan (3) kendali pribadi terhadap penggunaannya (Paramita Pratita et al. 2025).

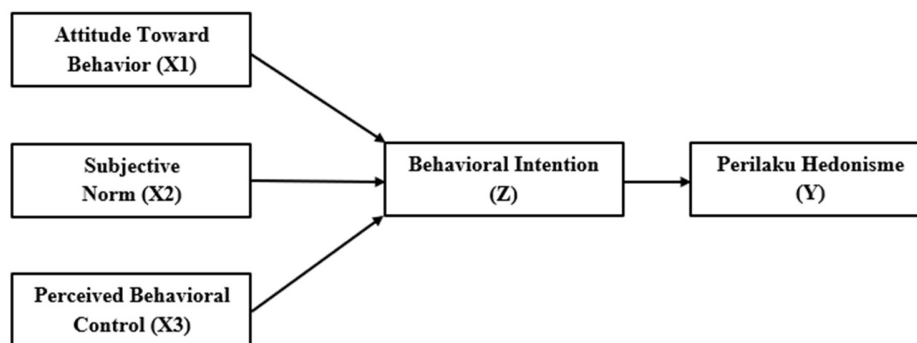
### 2.5.4 Behavioral Intention (INT)

*Behavioral intention* adalah niat individu untuk melakukan suatu perilaku yang menjadi prediktor langsung terhadap perilaku nyata (Ajzen, 1991). Niat ini terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku perseptual. Indikator niat menggunakan QRIS dalam penelitian ini adalah: (1) keinginan menggunakan QRIS secara konsisten, (2) rencana penggunaan jangka panjang, (3) kesediaan merekomendasi kepada orang lain, dan (4) kecenderungan memilih QRIS dibanding metode lain (Agustin & Prapanca, 2023).

### 2.5.5 Behavior (BI)

*Behavior* atau perilaku nyata adalah bentuk aktualisasi dari niat perilaku. Dalam penelitian ini, perilaku yang dimaksud adalah perilaku hedonistik generasi Z yang muncul akibat penggunaan QRIS. Indikator yang mencakup: (1) pembelian tidak terencana, (2) konsumsi berlebihan, dan (3) berbelanja untuk kesenangan (Meilani & Kusuma, 2024).

## 3. Pengembangan hipotesis



**Gambar 1. Pengembangan Hipotesis**

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 1, dapat disimpulkan pengembangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Attitude Toward Behavior (X<sub>1</sub>)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral Intention (Z)*

H<sub>2</sub>: *Subjective Norm (X<sub>2</sub>)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (Z)*

H<sub>3</sub>: *Perceived Behavioral Intention (X<sub>3</sub>)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (Z)*

H<sub>4</sub>: *Behavioral Intention (Z)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior (Y)*

#### 4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner berskala likert 1 – 5 kepada responden generasi Z di Kota Batam yang aktif menggunakan QRIS pada *mobile banking*. Variabel yang diukur meliputi *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Intention*, *Behavioral Intention*, dan *Hedonisme Behavior*.

Sample ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: (1) lahir antara 1997 – 2012, (2) aktif menggunakan *mobile banking*, dan (3) pernah bertransaksi menggunakan QRIS. Berdasarkan pedoman *10 times rule* dalam SEM-PLS (Hair et al., 2017), jumlah sampel minimal adalah 40 responden, namun penelitian ini menargetkan 100 responden untuk meningkatkan validitas hasil.

Pengumpulan data dilakukan di Kota Batam menggunakan kuesioner *google form* yang memuat pernyataan demografis, pernyataan terkait variabel, serta indikator perilaku hedonisme. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar konstruk dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB).

#### 5. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari 100 responden dengan pernyataan yang disebarkan melalui kuesioner, didapatkan hasil analisis deskriptif untuk karakteristik responden yang diteliti, dapat dilihat pada **Tabel 1**.

**Tabel 1. Karakteristik Responden pengguna QRIS pada *mobile banking***

| Karakteristik                     | Kategori                      | Jumlah | Persentase (%) |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------|----------------|
| Jenis Kelamin                     | Laki – laki                   | 32     | 32%            |
|                                   | Perempuan                     | 68     | 68%            |
| Usia                              | 13 – 17 tahun                 | 2      | 2%             |
|                                   | 18 – 23 tahun                 | 40     | 40%            |
|                                   | 24 – 28 tahun                 | 58     | 58%            |
| Pekerjaan                         | Pegawai swasta                | 48     | 48%            |
|                                   | Pelajar / mahasiswa           | 34     | 34%            |
|                                   | Tidak bekerja / Freelance     | 7      | 7%             |
|                                   | Pegawai Negeri / ASN          | 3      | 3%             |
|                                   | Ibu rumah tangga              | 3      | 3%             |
|                                   | Fire Proofing Migas           | 1      | 1%             |
|                                   | Training DT                   | 1      | 1%             |
|                                   | Admin Polsek TPI Timur        | 1      | 1%             |
|                                   | Wirasaha                      | 1      | 1%             |
|                                   | Pengusaha                     | 1      | 1%             |
| Frekuensi Pengguna Mobile Banking | Setiap hari (> 7 kali/minggu) | 34     | 34%            |
|                                   | 4 – 6 kali perminggu          | 28     | 28%            |

|                             |                           |    |     |
|-----------------------------|---------------------------|----|-----|
|                             | 1 – 3 kali perminggu      | 22 | 22% |
|                             | 1 – 3 kali perbulan       | 2  | 2%  |
|                             | Jarang / hanya jika perlu | 14 | 14% |
| Pengalaman menggunakan QRIS | Lebih dari 1 tahun        | 85 | 85% |
|                             | 6 bulan – 1 tahun         | 11 | 11% |
|                             | Kurang dari 6 bulam       | 4  | 4%  |

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan **Tabel 1** data penelitian yang diolah, responden didominasi oleh perempuan sebesar 68%, sedangkan laki – laki sebesar 32%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan generasi Z di Kota Batam lebih aktif menggunakan mobile banking dengan fitur QRIS dibandingkan laki – laki. Kecenderungan ini disebabkan oleh gaya hidup belanja perempuan yang lebih sering memanfaatkan promo, diskon, maupun kemudahan pembayaran digital.

Pada kelompok usia terbesar adalah 24 – 28 tahun sebanyak 58%, diikuti oleh 18 – 23 tahun sebanyak 40%, dan hanya 2% berusia 13-17 tahun. Mayoritas responden berada pada usia produktif awal dengan mobilitas ekonomi dan sosial yang tinggi. Kelompok usia ini sudah memiliki pendapatan atau akses finansial sendiri, sehingga lebih sering melakukan transaksi digital. Responden usia 18 – 23 tahun, meskipun sebagian besar masih mahasiswa menunjukkan tingkat penggunaan tinggi karena QRIS dianggap praktis dan sesuai gaya hidup modern. Sementara itu, kelompok usia 13 – 17 tahun sangat kecil karena keterbatasan akses terhadap rekening dan mobile banking.

Pada kelompok pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 48% yang menggunakan QRIS karena transaksi digital sudah menjadi bagian dari kebutuhan sehari – hari baik untuk keperluan pribadi maupun pekerjaan. Sementara itu, pelajar atau mahasiswa sebanyak 34% juga aktif karena generasi Z sangat akrab dengan teknologi digital dan lebih responsif terhadap tren pembayaran non-tunai. Sisanya tersebar pada kategori lain seperti freelancer sebanyak 7%, pegawai ASN sebanyak 3%, ibu rumah tangga sebanyak 3% serta beberapa pekerjaan khusus seperti wirausaha, pengusaha, dan pegawai instansi sebanyak 1%.

Pada frekuensi penggunaan mobile banking, sebanyak 34% responden menggunakan mobile banking setiap hari ( $> 7$  kali/minggu), sebanyak 28% menggunakan 4 – 6 kali/minggu, sebanyak 22% menggunakan 1 – 3 kali/minggu, sisanya jarang atau hanya jika perlu. Tingginya intensitas penggunaan mobile banking sudah menjadi kebutuhan rutin bagi generasi Z, bukan sekedar alternatif transaksi. Penggunaan harian menandakan bahwa QRIS sangat terintegrasi dalam gaya hidup, baik untuk belanja, transportasi, maupun pembayaran lainnya. Intensitas tinggi ini juga berpotensi mendorong perilaku hedonistik, karena semakin sering terekspos pada kemudahan transaksi, semakin besar kemungkinan untuk melakukan pembelian tidak terencana.

Pada pengalaman menggunakan QRIS, mayoritas responden 85% telah menggunakan QRIS lebih dari 1 tahun, 11% diantaranya 6 bulan – 1 tahun, dan hanya 4% kurang dari 6 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup lama dalam menggunakan QRIS. Pengalaman panjang membuat responden semakin terbiasa dan nyaman, cenderung membentuk kebiasaan atau *habit* dalam bertransaksi digital. Namun semakin terbiasa menggunakan QRIS juga berpotensi memperkuat perilaku konsumtif, karena pengguna tidak lagi mempertimbangkan secara matang sebelum melakukan transaksi.

### 5.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap variabel *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Intention*, *Behavioral Intention*, dan *Hedonisme Behavior* dalam penggunaan QRIS pada *mobile banking*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala likert 1 – 5 dan diolah menggunakan *Microsoft Excel*. Nilai rata – rata dihitung sebagai representasi data, kemudian dikategorikan dalam rentang skala interval :

$$\text{Rentang skala interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan interpretasi pada **Tabel 2** sebagai berikut :

**Tabel 2. Rentang skala analisis deskriptif**

| Rentang Skala | Keterangan    |
|---------------|---------------|
| 1,00 – 1,80   | Sangat rendah |
| 1,81 – 2,60   | Rendah        |
| 2,61 – 3,40   | Netral        |
| 3,41 – 4,20   | Tinggi        |
| 4,21 – 5,00   | Sangat tinggi |

Sumber : data diolah (2025)

Untuk setiap variabel indikator yang diteliti dalam penelitian ini, berikut hasil temuan data analisis deskriptif yang memberikan gambaran tentang responden.

#### 5.1.1 *Attitude Toward Behavior*

Hasil analisis deskriptif pada **Tabel 3** menunjukkan bahwa variabel *attitude toward behavior* ini memiliki nilai rata – rata (kategori sangat tinggi). Hal ini menggambarkan adanya sikap positif responden terhadap penggunaan QRIS dan indikator yang membentuk variabel ini juga memperkuat temuan tersebut. Indikator kemudahan penggunaan (AT 1) memperoleh nilai rata – rata 4,39 yang berarti responden menilai bahwa QRIS mudah dipahami dan dioperasikan tanpa keterampilan khusus. Indikator manfaat transaksi (AT 2) mendapatkan nilai 4,37 menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat nyata dari penggunaan QRIS, seperti efisiensi waktu, kepraktisan, dan pengurangan ketergantungan pada uang tunai. Indikator kenyamanan berbelanja (AT 3) memperoleh nilai rata – rata 4,39 yang menunjukkan bahwa responden merasa lebih nyaman ketika bertransaksi menggunakan QRIS karena proses pembayaran lebih cepat, higienis, dan tidak merepotkan. Dengan demikian, sikap positif generasi Z di Batam terhadap penggunaan QRIS yang tercermin dari aspek kemudahan, manfaat, dan kenyamanan berpotensi mendorong niat mereka untuk terus menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi di masa depan.

**Table 3. Persepsi Gen Z terhadap Attitude Toward Behavior**

| Variabel                             | Indikator | Frekuensi Jawaban |   |    |    |    | Mean Ind | Kriteria      | Mean Var             | Kriteria |
|--------------------------------------|-----------|-------------------|---|----|----|----|----------|---------------|----------------------|----------|
|                                      |           | 1                 | 2 | 3  | 4  | 5  |          |               |                      |          |
| <i>Attitude Toward Behavior (X1)</i> | AT 1      | 3                 | 1 | 10 | 33 | 53 | 4,39     | Sangat Tinggi | 4,38 (Sangat Tinggi) |          |
|                                      | AT 2      | 1                 | 1 | 12 | 35 | 51 | 4,37     | Sangat Tinggi |                      |          |

|  |      |   |   |    |    |    |      |               |  |
|--|------|---|---|----|----|----|------|---------------|--|
|  | AT 3 | 1 | 0 | 14 | 34 | 51 | 4,39 | Sangat Tinggi |  |
|--|------|---|---|----|----|----|------|---------------|--|

Sumber : data diolah (2025)

### 5.1.2 Subjective Norm

Hasil analisis deskriptif pada **Tabel 4** menunjukkan bahwa variabel *subjective norm* ini memiliki nilai rata – rata 4,09 (kategori tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari lingkungan sekitar responden berperan penting dalam mendorong penggunaan QRIS dan indikator yang membentuk variabel ini juga memperkuat hasil temuan tersebut. Indikator dukungan dari teman (SN 1) memperoleh nilai 4,04 yang berarti responden merasakan adanya dorongan dari teman sebaya untuk menggunakan QRIS. Indikator dukungan keluarga (SN 2) mendapatkan nilai rata – rata 4,20 menunjukkan bahwa keluarga turut mendorong dan mempengaruhi responden dalam memanfaatkan QRIS sebagai sarana transaksi. Terakhir, indikator pengaruh media sosial (SN 3) yang memperoleh nilai rata – rata mencerminkan bahwa paparan informasi dan tren media sosial juga membentuk sikap responden terhadap penggunaan QRIS.

**Table 4. Persepsi Gen Z terhadap Subjective Norm**

| Variabel                    | Indikator | Frekuensi Jawaban |   |    |    |    | Mean Ind | Kriteria | Mean Var        | Kriteria |
|-----------------------------|-----------|-------------------|---|----|----|----|----------|----------|-----------------|----------|
|                             |           | 1                 | 2 | 3  | 4  | 5  |          |          |                 |          |
| <i>Subjective Norm (X2)</i> | SN 1      | 0                 | 2 | 29 | 32 | 37 | 4,04     | Tinggi   | 4,09 ( Tinggi ) |          |
|                             | SN 2      | 1                 | 3 | 18 | 31 | 47 | 4,20     | Tinggi   |                 |          |
|                             | SN 3      | 2                 | 5 | 23 | 28 | 42 | 4,03     | Tinggi   |                 |          |

Sumber : data diolah (2025)

### 5.1.3 Perceived Behavioral Control

Berdasarkan temuan analisis deskriptif pada **Tabel 5**, nilai rata – rata variabel *perceived behavioral control* adalah 4,19 yang dikategorikan sebagai nilai tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa memiliki kemampuan dan kendali dalam menggunakan QRIS melalui *mobile banking* dan indikator yang membentuk variabel ini memberikan gambaran yang konsisten. Indikator PBC 1 memperoleh nilai rata – rata 4,26 yang berarti responden merasa mampu menggunakan QRIS tanpa mengalami kesulitan. Indikator PBC 2 mendapatkan nilai rata – rata tertinggi yaitu 4,35 yang menunjukkan bahwa responden yakin dapat mengendalikan serta mengatur penggunaan QRIS sesuai kebutuhan mereka. Sementara itu, indikator PBC 3 memperoleh nilai rata – rata 3,95 yang menggambarkan bahwa responden merasa cukup percaya diri dalam menggunakan QRIS meskipun ada kendala tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi generasi Z di Batam mampu dan memiliki kendali dalam menggunakan QRIS yang menjadi faktor penting yang memperkuat niat mereka untuk menggunakannya dalam aktivitas transaksi sehari – hari.

**Table 5. Persepsi generasi Z terhadap Perceived Behavioral Control**

| Variabel                                 | Indikator | Frekuensi Jawaban |   |    |    |    | Mean Ind | Kriteria      | Mean Var      | Kriteria |
|------------------------------------------|-----------|-------------------|---|----|----|----|----------|---------------|---------------|----------|
|                                          |           | 1                 | 2 | 3  | 4  | 5  |          |               |               |          |
| <i>Perceived Behavioral Control (X3)</i> | PBC 1     | 2                 | 3 | 13 | 33 | 50 | 4,26     | Sangat Tinggi | 4,19 (Tinggi) |          |
|                                          | PBC 2     | 1                 | 0 | 13 | 35 | 51 | 4,35     | Sangat Tinggi |               |          |
|                                          | PBC 3     | 1                 | 4 | 31 | 27 | 37 | 3,95     | Tinggi        |               |          |

Sumber : data diolah (2025)

#### 5.1.4 Behavioral Intention

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada **Tabel 6**, variabel behavioral intention memiliki nilai rata – rata 4,04 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki niat yang kuat untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi dan indikator yang membentuk variabel ini memperlihatkan hasil yang beragam. Indikator INT 1 memperoleh nilai rata – rata 3,86 yang menggambarkan bahwa sebagian responden telah memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan QRIS meskipun masih terdapat keraguan tertentu. Indikator INT 2 mendapatkan nilai rata – rata tertinggi 4,20 menunjukkan adanya keinginan yang kuat dari responden untuk memanfaatkan QRIS secara berkelanjutan. Indikator INT 3 memperoleh nilai rata – rata 4,17 mencerminkan kesediaan responden untuk lebih sering menggunakan QRIS dalam berbagai aktivitas transaksi. Sedangkan indikator INT 4 memperoleh nilai rata – rata 3,96 menegaskan bahwa responden berencana untuk tetap menggunakan QRIS di masa mendatang.

**Table 6. Persepsi generasi Z terhadap Behavioral Intention**

| Variabel                        | Indikator | Frekuensi Jawaban |   |    |    |    | Mean Ind | Kriteria | Mean Var      | Kriteria |
|---------------------------------|-----------|-------------------|---|----|----|----|----------|----------|---------------|----------|
|                                 |           | 1                 | 2 | 3  | 4  | 5  |          |          |               |          |
| <i>Behavioral Intention (Z)</i> | INT 1     | 3                 | 8 | 24 | 30 | 35 | 3,86     | Tinggi   | 4,04 (Tinggi) |          |
|                                 | INT 2     | 2                 | 0 | 17 | 38 | 43 | 4,20     | Tinggi   |               |          |
|                                 | INT 3     | 0                 | 4 | 16 | 39 | 41 | 4,17     | Tinggi   |               |          |
|                                 | INT 4     | 3                 | 6 | 23 | 28 | 40 | 3,96     | Tinggi   |               |          |

Sumber : data diolah (2025)

#### 5.1.5 Behavior

Hasil temuan analisis variabel *behavioral intentional* pada **Tabel 7** memiliki nilai rata – rata sebesar 4,04 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan perilaku yang cukup kuat terkait penggunaan QRIS. Indikator BI 1 memperoleh nilai rata – rata 3,90 yang menunjukkan adanya kecenderungan responden untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi meskipun tidak selalu terencana. Indikator BI 2 memiliki nilai rata – rata 3,98 menunjukkan bahwa responden merasa QRIS memudahkan mereka dalam melakukan pembelian. Terakhir, indikator BI 3 memperoleh nilai rata – rata 4,00 yang menegaskan adanya dorongan perilaku dalam menggunakan QRIS meskipun terkadang bersifat impulsif.

**Table 7. Persepsi generasi Z terhadap Behavior**

| Variabel            | Indikator | Frekuensi Jawaban |    |    |    |    | Mean Ind | Kriteria | Mean Var      | Kriteria |
|---------------------|-----------|-------------------|----|----|----|----|----------|----------|---------------|----------|
|                     |           | 1                 | 2  | 3  | 4  | 5  |          |          |               |          |
| <i>Behavior (Y)</i> | BI 1      | 1                 | 11 | 21 | 31 | 36 | 3,90     | Tinggi   | 3,96 (Tinggi) |          |
|                     | BI 2      | 1                 | 11 | 21 | 23 | 44 | 3,98     | Tinggi   |               |          |
|                     | BI 3      | 1                 | 7  | 26 | 23 | 43 | 4,00     | Tinggi   |               |          |

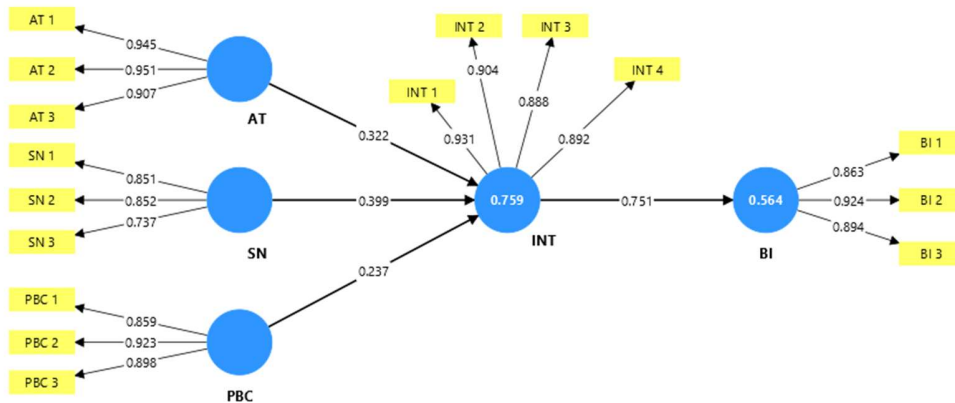
Sumber : data diolah (2025)

#### 5.2 Outer Model

Outer model merupakan hubungan antara indikator dan konstruk atau variabel laten yang diukur dalam penelitian ini. Dalam analisis SEM-PLS, outer model memiliki 3 alat uji utama yaitu variabel konvergen, variabel diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

### 5.2.1 Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengukur sejauh mana indikator – indikator yang digunakan untuk menilai suatu konstruk yang memiliki korelasi tinggi satu sama lain. Pada penelitian yang bersifat *confirmatory*, nilai *loading factor* idealnya berada pada kisaran 0,6 – 0,7. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus melebihi 0,5 sedangkan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's alpha* diharuskan lebih dari 0,70.



**Gambar 2. Hasil Nilai Loading Factor**

Sumber : data diolah (2025)

Hasil analisis pada **Gambar 2** menunjukkan bahwa seluruh indikator pada model memiliki outer loading  $> 0,70$  sehingga dinyatakan valid secara konvergen dan layak dipertahankan.

Pada variabel *Attitude Toward Behavior*, ketiga indikator (AT 1 = 0,945; AT 2 = 0,951; AT 3 = 0,907) memiliki nilai diatas 0,90 megindikasikan korelasi yang sangat kuat dengan konstruk yang diukur. Hal ini menggambarkan bahwa generasi Z konsisten memiliki persepsi positif terhadap penggunaan QRIS dalam *mobile banking*.

Variabel *Subjective Norm* terdiri dari tiga indikator (SN 1 = 0,851; SN 2 = 0,852; SN 3 = 0,737) yang seluruh nilainya valid. Meskipun SN 3 memiliki nilai terendah, tetep memenuhi kriteria, menunjukkan bahwa norma subjektif seperti pengaruh sosial dan dorongan orang lain berperan dalam membentuk persepsi gen Z terhadap penggunaan QRIS.

Pada variabel *Perceived Behavioral Control*, ketiga indikator (PBC 1 = 0,860; PBC 2 = 0,923; PBC 3 = 0,897) menunjukkan nilai diatas 0,85 yang menandakan keyakinan generasi Z terhadap kontrol dan kemampuan mereka dalam menggunakan QRIS, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun akses sumber daya.

Indikator pada variabel *Behavioral Intention* (INT 1 = 0,931; INT 2 = 0,904; INT 3 = 0,888; INT 4 = 0,892) semua nilai dikategorikan sebagai nilai tinggi, mencerminkan niat yang kuat dikalangan generasi Z untuk terus menggunakan QRIS dalam transaksi *mobile banking*.

Sementara itu, variabel hedonisme *Behavior* memiliki tiga indikator (BI 1 = 0,862; BI 2 = 0,925; BI 3 = 0,894) yang seluruh nilainya valid, menunjukkan bahwa perilaku pembelian tidak terencana pada QRIS dalam *mobile banking* dapat diukur secara akurat melalui indikator yang digunakan.

Tahap berikutnya dalam pengukuran validitas konvergen indikator pada variabel laten dilakukan dengan menilai *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut (Hair et al., 2017), nilai AVE

yang memenuhi kriteria adalah  $\geq 0,50$  yang berarti konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Berikut hasil dari nilai AVE dapat dilihat pada **Tabel 8**.

| Variabel Laten                      | Nilai (AVE)  |
|-------------------------------------|--------------|
| <i>Attitude Toward Behavior</i>     | <b>0.873</b> |
| <i>Subjective Norm</i>              | <b>0.664</b> |
| <i>Perceived Behavioral Control</i> | <b>0.799</b> |
| <i>Behavioral Intention</i>         | <b>0.817</b> |
| <i>Behavior</i>                     | <b>0.8</b>   |

**Tabel 8. Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE)**

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pada **Tabel 8**, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0,50 menunjukkan bahwa indikator valid dan memiliki konsistensi yang baik.

### 5.2.2 Validitas Diskriminan

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis validitas diskriminan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk secara akurat melalui nilai *cross loading*. Indikator dinyatakan mampu memenuhi kriteria apabila nilai *cross loading* pada variabel laten yang diukur lebih tinggi dibandingkan nilai *cross loading* terhadap variabel laten lainnya. Berikut hasil variabel *cross loading* dapat dilihat pada **Tabel 9**.

**Tabel 9. Hasil Nilai Cross Loading**

| Indikator | <i>Attitude Toward Behavior</i> | <i>Subjective Norm</i> | <i>Perceived Behavioral Control</i> | <i>Behavioral Intention</i> | <i>Behavior</i> |
|-----------|---------------------------------|------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------|
| AT 1      | <b>0.945</b>                    | 0.639                  | 0.62                                | 0.726                       | 0.597           |
| AT 2      | <b>0.951</b>                    | 0.689                  | 0.679                               | 0.729                       | 0.624           |
| AT 3      | <b>0.907</b>                    | 0.693                  | 0.686                               | 0.723                       | 0.569           |
| SN 1      | 0.605                           | <b>0.851</b>           | 0.701                               | 0.695                       | 0.566           |
| SN 2      | 0.712                           | <b>0.852</b>           | 0.599                               | 0.736                       | 0.565           |
| SN 3      | 0.409                           | <b>0.737</b>           | 0.611                               | 0.544                       | 0.558           |
| PBC 1     | 0.599                           | 0.654                  | <b>0.859</b>                        | 0.624                       | 0.555           |
| PBC 2     | 0.686                           | 0.728                  | <b>0.923</b>                        | 0.757                       | 0.656           |
| PBC 3     | 0.611                           | 0.702                  | <b>0.898</b>                        | 0.69                        | 0.597           |
| INT 1     | 0.688                           | 0.758                  | 0.748                               | <b>0.931</b>                | 0.728           |
| INT 2     | 0.745                           | 0.706                  | 0.705                               | <b>0.904</b>                | 0.654           |
| INT 3     | 0.766                           | 0.768                  | 0.687                               | <b>0.888</b>                | 0.641           |
| INT 4     | 0.611                           | 0.716                  | 0.661                               | <b>0.892</b>                | 0.692           |
| BI 1      | 0.553                           | 0.576                  | 0.545                               | 0.63                        | <b>0.863</b>    |
| BI 2      | 0.599                           | 0.673                  | 0.665                               | 0.712                       | <b>0.924</b>    |
| BI 3      | 0.561                           | 0.59                   | 0.599                               | 0.67                        | <b>0.894</b>    |

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pada **Tabel 9**, seluruh indikator memenuhi persyaratan validitas diskriminan, dimana nilai *cross loading* pada konstruk masing – masing lebih besar dari 0,70 dan lebih besar dari nilai *cross loading* pada konstruk lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap indikator merepresentasikan variabel laten yang diukur secara baik dan konsisten.

### 5.2.3 Reliabilitas konstruk

Langkah berikutnya adalah menilai reliabilitas konstruk yang dihasilkan dari model. Suatu indikator dianggap reliabel dan konsisten apabila nilai reliabilitas konstraknya berada diatas 0,70. Berikut hasil data reliabilitas konstruk dapat dilihat pada **Tabel 10**.

**Tabel 10. Hasil Nilai Reliabilitas Konstruk**

| Indikator                           | Composite Reliability | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------------------------|-----------------------|------------------|------------|
| <i>Attitude Toward Behavior</i>     | <b>0.954</b>          | <b>0.927</b>     | Reliabel   |
| <i>Subjective Norm</i>              | <b>0.855</b>          | <b>0.747</b>     | Reliabel   |
| <i>Perceived Behavioral Control</i> | <b>0.922</b>          | <b>0.874</b>     | Reliabel   |
| <i>Behavioral Intention</i>         | <b>0.947</b>          | <b>0.925</b>     | Reliabel   |
| <i>Behavior</i>                     | <b>0.923</b>          | <b>0.874</b>     | Reliabel   |

Sumber : data diolah (2025)

Hasil pengujian reliabilitas konstruk menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria reliabilitas, karena nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* masing – masing diatas 0,70. Variabel *attitude toward behavior* mencatat nilai tertinggi dengan CR sebesar 0,954 dan CA sebesar 0,927. Sementara itu, *subjective norm* memiliki nilai reliabilitas terendah, namun tetap dinilai reliabel dan konsisten karena nilainya masih melampaui batas minimum yang ditetapkan.

### 5.3 Inner Model

Pada tahap selanjutnya, dilakukan analisis *inner model* menggunakan R-Square guna mengukur proporsi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, serta *path coefficients* yang menunjukkan arah dan besarnya hubungan antarvariabel berdasarkan hasil *bootstrapping*. Berikut hasil data analisis *R-Square* dapat dilihat pada **Tabel 11**.

**Tabel 11. Hasil Nilai R-Square**

| Indikator            | R-square |
|----------------------|----------|
| Intention Behavioral | 0.759    |
| Behavior             | 0.564    |

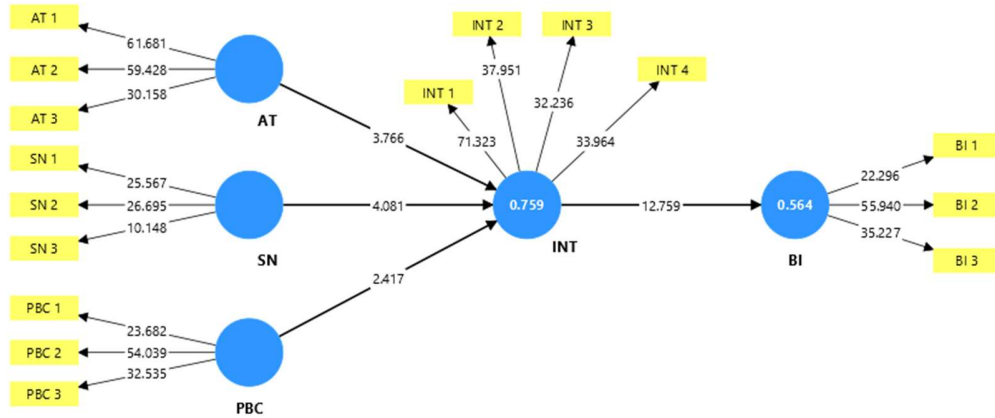
Sumber : data diolah (2025)

Menurut hasil analisis pada **Tabel 11**, nilai *R-Square* untuk variabel behavioral intention sebesar 0,759 menunjukkan bahwa niat generasi Z untuk menggunakan QRIS pada *mobile banking* sangat berbeda. Sementara itu, nilai *R-Square* untuk variabel *behavior* sebesar 0,564 menunjukkan bahwa variasi perilaku generasi Z dengan QRIS dapat dijelaskan.

Pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* dilakukan sebagai tahap akhir dalam analisis *inner model* untuk mengetahui hubungan saling mempengaruhi antarvariabel dalam penelitian. Tabel *path coefficients* menyajikan nilai *original sample* dan nilai *T-Statistic* yang dihasilkan dari proses *bootstrapping*. Nilai *original sample* digunakan sebagai acuan untuk menilai apakah variabel dalam penelitian memberikan positif atau negatif, sedangkan nilai *T-Statistic* menjadi parameter penentu diterima atau ditolaknya hipotesis penelitian. Berikut hasil dari *bootstrapping* dari penelitian ini dapat dilihat pada **Gambar 3**.

**Gambar 3. Hasil analisis bootstrapping**

Sumber : data diolah (2025)



**Tabel 12. Analisis Uji Hipotesis**

| No             | Hipotesis                                                         | Original Sampel | T-statistics | P-Value | Hipotesis |
|----------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|---------|-----------|
| H <sub>1</sub> | <i>Attitude Toward Behavior</i> → <i>Behavioral Intention</i>     | 0,322           | 3,766        | 0,000   | Diterima  |
| H <sub>2</sub> | <i>Subjective Norm</i> → <i>Behavioral Intention</i>              | 0,399           | 4,081        | 0,000   | Diterima  |
| H <sub>3</sub> | <i>Perceived Behavioral Control</i> → <i>Behavioral Intention</i> | 0,237           | 2,417        | 0,016   | Diterima  |
| H <sub>4</sub> | <i>Behavioral Intention</i> → <i>Behavior</i>                     | 0,751           | 12,759       | 0,000   | Diterima  |

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan hasil **Gambar 3** dan **Tabel 12** diatas diperoleh hasil uji penelitian hipotesis sebagai berikut :

- 1) **Hipotesis 1 : Attitude Toward Behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention** generasi Z. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *attitude toward behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (original sample = 0,322; t-statistic = 3,766; p-value = 0,000). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap Generasi Z terhadap penggunaan QRIS, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya dalam aktivitas transaksi keuangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Agustin & Prapanca, 2023) yang menemukan bahwa sikap positif terhadap teknologi pembayaran non-tunai meningkatkan niat penggunaan dikalangan generasi Z.
- 2) **Hipotesis 2 : Subjective Norm berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.** Hasil pengujian *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (original sample = 0,399; t-statistic = 4,081; p-value = 0,000). Artinya, semakin tinggi pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, maka semakin tinggi pula intensi Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Hasil ini mendukung temuan (Anisa et al., 2023) yang menemukan bahwa dukungan sosial dan pengaruh lingkungan berperan penting dalam adopsi pembayaran digital berbasis QRIS.

- 3) **Hipotesis 3 : *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.** Hasil pengujian *perceived behavioral control* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (original sample = 0,237; t-statistic = 2,417; p-value = 0,016). Ini berarti bahwa semakin besar persepsi individu terhadap kemudahan dan kendali atas penggunaan QRIS, maka semakin tinggi niat mereka untuk menggunakannya. Hasil ini memperkuat pendapat (Paramita Pratita et al. 2025) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan digital.
- 4) **Hipotesis 4 : *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior* generasi Z.** Hasil pengujian menunjukkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku hedonisme (original sample = 0,751; t-statistic = 12,759; p-value = 0,000). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi niat Generasi Z untuk menggunakan QRIS, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku konsumtif atau hedonistik. Hasil ini memperkuat pendapat (Anisa et al., 2023) bahwa kemudahan akses pembayaran dapat meningkatkan perilaku konsumtif, terutama pada generasi Z yang memiliki gaya hidup digital.

## 6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan analisis SEM – PLS mengarah pada kesimpulan berikut, yaitu :

1. *Attitude Toward Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada QRIS dalam penggunaan *mobile banking* dikalangan gen Z
2. *Subjective Norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada QRIS dalam penggunaan *mobile banking* dikalangan gen Z
3. *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada QRIS dalam penggunaan *mobile banking* dikalangan gen Z
4. *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior* generasi Z

## 7. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada generasi Z di Kota Batam dan hanya menggunakan variabel yang didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB). Oleh karena itu, hasilnya tidak dapat digeneralisasinya secara luas untuk menggambarkan perilaku generasi lain atau area yang berbeda.

## 8. Saran

Untuk penelitian mendatang, disarankan agar jangkauan wilayah responden diperluas hingga mencakup berbagai daerah dengan karakteristik beragam, sehingga hasil penelitian menjadi representatif. Selain itu, penambahan variabel – variabel relevan di luar kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku.

## Daftar Pustaka

- Agustin, A., & Prapanca, D. D. (2023). Dampak Gaya Hidup Hedonisme dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 303–320.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Anisa, N., Wibowo, P., & Sobari, N. (2023). *The Influence Of Behavioral Intention, Facilitating Condition, And Habit On Use Behavioral Of QRIS: A Study On Mobile Banking Services*.

- Bank Indonesia. (n.d.). *QRIS menurut bank indonesia*. Retrieved November 13, 2024, from <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- BPS Statistics Batam Municipality. (2024). *Badan Pusat Statistik Kota Batam Dalam Angka*.
- Gule, Y. (2021). Studi Teologi-Etis Hubungan Perilaku Korupsi sebagai Dampak Sikap Hidup Hedonis. *Kontekstualita*, 36(01), 69–88.
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Haryono, E. (2023, August 3). *Atas Kontribusinya Akselerasi Digitalisasi di Masyarakat, QRIS Raih Penghargaan Internasional*. [https://www.bi.go.id/Id/Publikasi/Ruang-Media/News-Release/Pages/Sp\\_2521123.aspx](https://www.bi.go.id/Id/Publikasi/Ruang-Media/News-Release/Pages/Sp_2521123.aspx).
- Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 5(1), 1–10.
- Paramita Pratita, M., & Fikriyatuz Zakiyah, N. (2025). The Implementation of Theory of Planned Behavior towards Intention of Using Quick Response Code Indonesian Standart among Students. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 6(1), 1–7.
- Ramadhani, N., Dharmawan Buchdadi, A., Fawaiq, M., & Ekonomi, F. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan QR Code sebagai Alat Transaksi: Studi pada Generasi Z Factors Influencing the Use of QR Code as a Transaction Tool: A Study on Generation Z. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*.
- Wardani, D. (2021). Faktor - Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32.