

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pembayaran kode QR (QRIS) di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat perilaku untuk memanfaatkan pembayaran seluler menggunakan kode QR berkorelasi signifikan dengan pengaruh sosial, kebiasaan, dan inovasi individu dalam teknologi informasi. Di sisi lain, motivasi hedonis, keadaan yang memungkinkan, dan ekspektasi usaha, ditetapkan tidak signifikan secara statistik. Menggunakan informasi yang dikumpulkan dari 100 pengguna aplikasi pembayaran dan perbankan daring melalui survei daring, kerangka kerja penelitian yang disarankan dievaluasi secara empiris. Selain membantu bisnis dan pembuat kebijakan mengembangkan strategi untuk mendorong adopsi pembayaran kode QR, temuan penelitian ini memberikan wawasan penting kepada pengembang aplikasi pembayaran seluler dan tim pemasaran pembayaran seluler tentang faktor-faktor yang dapat membantu mereka mengatasi risiko yang dirasakan konsumen dengan menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat dan memberi tahu konsumen tentang langkah-langkah yang diperlukan. Dengan memupuk pengetahuan keuangan konsumen dan menawarkan bantuan regulasi, pembuat kebijakan dapat mendorong penggunaan pembayaran kode QR.

Kata kunci- Niat Perilaku, Pembayaran Kode QR, Pengaruh Sosial, kebiasaan, inovasi pribadi.