

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PERILAKU  
PEMBAYARAN DIGITAL DIMEDIASI SIKAP TERHADAP PENGGUNAAN DI  
KOTA BATAM**

Shely Juniarty<sup>1</sup>

Immanuel Zai<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Internasional Batam

<sup>1</sup>2041239.shely@uib.edu

<sup>2</sup>Universitas Internasional Batam

<sup>2</sup> immanuel.zai@uib.edu

**ABSTRACT**

*This study aims to examine perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk on behavioral intentions which are mediated by the variable attitude towards use. The sampling technique used the purposive sampling method, questionnaires were distributed to 270 respondents. Data processing is carried out using the SmartPLS application. The results of the research prove that perceived ease of use and perceived usefulness have a significant effect on the attitude variable towards use, however, perceived risk does not have a significant effect on the attitude variable towards use. Then attitude towards use was able to mediate the relationship between perceived ease of use, perceived usefulness and behavioral intention, however, attitude towards use was not able to mediate the relationship between perceived risk and behavioral intention.*

**Keywords :** Digital Payments, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk

**PENDAHULUAN**

Perkembangan globalisasi saat ini diikuti oleh perkembangan teknologi informasi, pesatnya perkembangan tersebut dapat dirasakan pengguna dalam mengakses informasi secara cepat dan tepat. Penggunaan *handphone* dengan akses internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia untuk beraktivitas dan bekerja. Perkembangan teknologi yang terus menerus maju mendorong semua aktivitas sehari-hari menjadi lebih mudah, termasuk transaksi perbankan. Pembayaran *digital* atau transaksi non tunai di Indonesia saat ini berkembang secara pesat seiring dengan kepraktisan dan keamanan bila dibanding

dengan transaksi tunai (Ahmad Feril Kholifur Rehman, 2020).

Pembayaran *digital* adalah metode pembayaran *online* yang menggunakan aplikasi perbankan tertentu dimana dana pelanggan tersimpan dalam bentuk saldo sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi secara *online* (Asmadi, 2018). Pembayaran *digital* yang sering digunakan di Indonesia adalah *e-wallet*, *QRIS*, *internet banking*, *paypal*, kartu kredit, kartu *debit*, *mobile banking* (Lianovanda, 2022).

Seiring berkembangnya penggunaan internet dan *e-commerce*, pembayaran *digital* menjadi suatu metode pembayaran yang populer dikalangan masyarakat karena pengguna dapat

melakukan transaksi lebih cepat dan mudah secara *online* tanpa harus melakukan pembayaran secara fisik (Rizkyandy, 2016). Bank Sentral Indonesia pertama kali meluncurkan sistem jasa pada tahun 2019 yang bernama *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang bertujuan untuk melakukan pembayaran melalui aplikasi *mobile banking* atau *e-wallet* (Bank Indonesia, 2019). Riset BI tahun 2020 memperlihatkan bahwa sebanyak 85% pemakai *QRIS* merupakan pelaku bisnis UMKM. Sistem pembayaran *digital* ini telah digunakan 480 kabupaten/kota,

sebanyak 6 juta *merchant* di 34 provinsi Indonesia (Erwin Haryono, 2021).

Secara geografis, Kota Batam berbatasan langsung dengan beberapa negara tetangga. Hal tersebut menjadikan Kota Batam sebagai kota untuk berwisata, menuntut kemudahan dalam bertransaksi secara *digital*. Metode pembayaran *QRIS* merupakan salah satu metode dimana dapat mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Per Juli 2021, *merchant QRIS* mencapai sebanyak 355.053 *merchant*. Dalam kurun waktu 1 tahun, *merchant QRIS* bertambah sebanyak 39.579 pengguna sehingga total *merchant QRIS* telah mencapai 394.632 pengguna pada tahun 2022 (Mediacenter, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Naomi Adisty (2022) bahwa mayoritas pengguna aplikasi pembayaran *digital* berasal dari kalangan *milenial*, yaitu sebesar 68% dari 2496 pengguna, sementara sisa 28 persen didominasi oleh masyarakat berumur 40 tahun ke atas dan penggunaan *e-wallet* pada masa kini telah mendominasi sampai mengalahkan jumlah pengguna kartu kredit di Indonesia.

**Tabel 1. Penduduk Kota Batam Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Tahun 2018-2020**

Kelompok Umur Penduduk	Penduduk Kota Batam Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)		
	Jumlah		
	2018	2019	2020
0-4	134267	129473	124917
5-9	111627	106038	99174
10-14	70763	63319	57610
15-19	62257	62443	63666
20-24	120887	124380	125767
25-29	143620	141245	138395
30-34	137040	130085	123012
35-39	104707	96679	88754
40-44	67883	61363	55413
45-49	37811	34181	30999
50-54	23182	21107	19181
55-59	14852	13413	12122
60-64	8791	7904	7144
65-69	4734	4305	3932
70-74	2821	2581	2355
75+	2292	2145	2009
<b>Jumlah</b>	<b>1047534</b>	<b>1000661</b>	<b>954450</b>

Sumber : (BPS, 2020)

Berdasarkan BPS (2020) di Kota Batam menunjukkan bahwa penduduk di rentang kelompok umur 20-24 tahun mencapai 125.767 jiwa, penduduk di rentang kelompok umur 25-29 tahun mencapai 138.395 jiwa, penduduk di

rentang kelompok umur 30-34 mencapai 123.012, penduduk di rentang kelompok umur usia 35-39 tahun mencapai 88.754 jiwa, Total penduduk Kota Batam di rentang kelompok umur 20 sampai 39 tahun telah mencapai 475.928 jiwa. Data diatas menunjukkan bahwa penduduk kota Batam rata-rata didominasi oleh masyarakat kalangan *milenial* dengan rentang usia 20 sampai 39 tahun.

Menurut Houston (2020), pemakaian aplikasi pembayaran *digital* sudah dikenali oleh kalangan kaum generasi Y (generai *milenial*) dan generasi Z. Aplikasi-aplikasi pembayaran *digital*, seperti QRIS, Go-Pay, Dana, OVO juga telah masuk ke Kota Batam. Studi yang dilakukan oleh Denaputri & Osly Usman (2020) menyatakan bahwa 66 persen penduduk Indonesia masih belum memiliki rekening bank sehingga pembayaran *digital* diharapkan dapat membantu pengguna untuk menikmati layanan keuangan melalui telepon seluler dimana dengan adanya pembayaran *digital*, pengguna cukup mempersiapkan beberapa informasi, seperti nama, nomor, telepon, alamat *email*, dan NIK (Nomor Induk Kependudukan).

Selanjutnya Marheni & Melani (2021) menyatakan bahwa mayoritas masyarakat berasumsi pembayaran yang dilakukan secara *cashless* lebih berisiko untuk terjadi penipuan, pencurian identitas pengguna, kehilangan uang

karena sistem aplikasi yang *error*. Resiko-resiko tersebut yang memicu niat masyarakat enggan untuk menggunakan aplikasi pembayaran *digital*.

## METODE

Dengan melihat ruang lingkup permasalahan yang diteliti, metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kausal komparatif (*Causal-Comperative Research*). Sasaran populasi yang ditunjukkan oleh peneliti adalah masyarakat Kota Batam yang pernah menggunakan aplikasi pembayaran *digital*. Peneliti ingin menggunakan Kota Batam sebagai lokasi penelitian karena masyarakat Kota Batam didominasi oleh kalangan millennial sehingga cocok untuk riset penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan *sample* yang memperhatikan pengamatan tertentu (Sugiyono, 2016). Peneliti melakukan penyebaran keusioner kepada 270 responden. Kuesioner yang disebarkan kepada responden dibagikan dalam bentuk *Google Form*.

HASIL PENELITIAN

Statistika Deskriptif

Tabel 2. Profil Responden Penelitian

Keterangan	Item	Jumlah Sample (Orang)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	132	48,9
	Perempuan	138	51,1
Usia	<18 Tahun	16	16
	18 - 20 Tahun	79	79
	21 - 30 Tahun	133	133
	31 - 40 Tahun	29	29
	>40 Tahun	13	13
Pendidikan	SD	1	4
	SMP/Sederajat	14	5,2
	SMA/Sederajat	147	54,4
	Diploma	11	4,1
	Sarjana	97	35,9
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	99	36,7
	Karyawan Swasta	89	33
	Pegawai Negeri	22	8,1
	Wiraswasta	25	9,3
	Ibu Rumah Tangga	17	6,3
	Pensiunan	3	1,1
	Belum/Tidak Bekerja	15	5,6

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari total 270 responden, terdapat 132 responden (48.9%) berjenis kelamin laki-laki dan terdapat 138 responden (51.1%) berjenis kelamin perempuan. Dapat diketahui bahwa terdapat 16 responden (5.9%) berumur kurang dari 18 tahun, 79 responden (29.3%) berumur 18 - 20 tahun, 133 responden (49,3%) berumur 21 - 30 tahun, 29 responden (10,7% ) berumur 31 - 40 tahun, serta 13 responden (4,8%) berumur 40 tahun ke atas. Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik responden yang diteliti berumur dalam rentang 21 sampai 30 tahun.

Uji Validitas

Uji validitas dan uji reabilitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui dan menilai seberapa akurat indikator pertanyaan yang telah dibagikan kepada responden. Hasil uji *Average Varian Extracted* (AVE) dikatakan *valid* bila memiliki nilai sebesar  $>0.5$  (Imam Ghozali & Hengky Latan, 2015). Pengujian validitas dinyatakan *valid* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	AVE	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.741	Valid
Persepsi Kegunaan	0.677	Valid
Persepsi Resiko	0.841	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan	0.653	Valid
Niat Berperilaku	0.775	Valid

Sumber : Data primer diolah (2023)

Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.930	Reliable
Persepsi Kegunaan	0.904	Reliable
Persepsi Resiko	0.908	Reliable
Sikap Terhadap Penggunaan	0.867	Reliable
Niat Berperilaku	0.902	Reliable

Sumber : Data primer diolah (2023)

**Uji Signifikansi Pengaruh Langsung** kecepatan aplikasi, aplikasi pembayaran

**Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Langsung**

Variabel <i>Direct Effect</i>	T-statistics	P-values	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap Terhadap Penggunaan	4.553	0.000	H1 : Signifikan
Persepsi Kegunaan -> Sikap Terhadap Penggunaan	10.294	0.000	H2 : Signifikan
Persepsi Resiko -> Sikap Terhadap Penggunaan	1.524	0.128	H3 : Tidak Signifikan
Persepsi Kemudahan Penggunaan-> Niat Berperilaku	5.347	0.000	H4 : Signifikan
Persepsi Kegunaan -> Niat Berperilaku	0.927	0.354	H5 : Tidak Signifikan
Persepsi Resiko -> Niat Berperilaku	3.818	0.000	H6 : Signifikan
Sikap Terhadap Penggunaan -> Niat Berperilaku	5.146	0.000	H7 : Signifikan

Sumber : Data primer diolah (2023)

**Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung**

**Tabel 6. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung**

Variabel <i>Indirect Effect</i>	T-statistics	P-values	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan-> Niat Berperilaku	3.689	0.000	H8 : Signifikan
Persepsi Kegunaan -> Niat Berperilaku	4.375	0.000	H9 : Signifikan
Persepsi Resiko -> Niat Berperilaku	1.440	0.150	H10 : Tidak Signifikan

Sumber : Data primer diolah (2023)

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 1 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 4.553 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 1 dapat dibuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah diteliti oleh Alswaigh & Aloud (2021), Kelana et al. (2017), Riskinanto et al. (2017), Sarkam et al. (2022). Penelitian yang diteliti oleh Najdawi et al., (2021) membuktikan bahwa tolak ukur kemudahan penggunaan dalam penggunaan pembayaran digital diukur melalui kenyamanan pengguna,

digital yang sederhana dan fleksibel.

Aplikasi pembayaran digital yang sering digunakan oleh masyarakat Batam, yakni *Gopay, OVO, Dana, Shopeepay, QRIS*

dikarenakan nyaman digunakan dan membuat pekerjaan menjadi lebih efisien. (Handayani et al., 2023).

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 2 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 10.294 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 2 dapat dibuktikan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Riskinanto et al. (2017), Sarkam et al. (2022), Kelana et al. (2017), Putra & Heruwasto (2022). Aplikasi pembayaran digital selain sebagai platform untuk melakukan transaksi dengan teman, keluarga, Masyarakat, aplikasi

pembayaran digital dapat digunakan untuk membayar tagihan. Contohnya, Bapenda Batam (Badan Pendapatan Daerah Kota Batam) yang menyatakan bahwa dapat melakukan pembayaran pajak melalui QRIS (Hidayat, 2023).

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 3 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 1.524 dan *P-Value* nya 0.128. Maka hipotesis 3 dapat dibuktikan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang telah diteliti oleh Bezhovski (2016) dimana peneliti menyiratkan bahwa pembayaran digital dapat menggunakan teknologi yang terbaru dalam mengatasi resiko-resiko sehingga dapat menghadirkan keamanan dan kenyamanan bagi para penggunanya.

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 4 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 5.347 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 4 dapat dibuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat perilaku dalam menggunakan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang telah diteliti oleh Monica & Japarianto (2022), Anifa et al. (2020), Rodiah & Melati (2020), Denaputri & Osly Usman (2020), Alswaigh & Aloud (2021). Salloum et al. (2019), Rahayu

(2022), Hidayanto et al. (2015), Chin (2018). Penggunaan aplikasi pembayaran digital yang berguna, dapat meningkatkan kinerja, dapat meningkatkan efisiensi dalam aktivitas sehari-hari akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital. Contohnya, penggunaan aplikasi pembayaran digital yang meningkat selama pandemi Covid-19 dimana masyarakat cenderung lebih memilih melakukan transaksi non-tunai daripada transaksi tunai untuk menghindari sentuhan tangan. (Mediacenter, 2020).

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 5 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 0.927 dan *P-Value* nya 0.354. Maka hipotesis 5 dapat dibuktikan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku dalam menggunakan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Rantung et al. (2020), Rahayu (2022). Rantung et al., (2020) menyatakan bahwa semakin banyak manfaat yang ditawarkan oleh pembayaran digital, niat pengguna untuk menggunakan aplikasi pembayaran tersebut akan semakin rendah. Contohnya, kartu kredit yang menawarkan *benefit*, seperti poin belanja, diskon, cashback. Tetapi penggunaan kartu kredit di Indonesia masih tergolong kurang, Masyarakat Indonesia cenderung menggunakan transaksi *cashless*, seperti



*Gopay, OVO, Dana, ShopeePay, QRIS* (Wahyuni, 2017).

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 6 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 3.818 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 6 dapat dibuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap niat perilaku dalam menggunakan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Roslan et al. (2022), Hidayanto et al. (2015). Penelitian yang diteliti oleh (Hidayanto et al., 2015) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia cenderung melihat keuntungan atau manfaat yang diperoleh dan melihat resiko yang akan diterima saat mengadopsi pembayaran *digital*. Pembayaran *digital* dengan sistem keamanan yang kurang tentunya akan membuat pengguna untuk berpikir dua kali sehingga niat pengguna akan berkurang.

Hasil pengujian pengaruh langsung pada hipotesis 7 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 5.146 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 7 dapat dibuktikan bahwa sikap terhadap penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat perilaku dalam penggunaan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Shabrina et al. (2018), Sudono et al. (2020), Alswaigh & Aloud (2021), Riskinanto et al. (2017), Rahayu (2022), Putra & Heruwasto (2022), Sarkam et al. (2022). Sudono et al.,

(2020) menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan pembayaran digital akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan pembayaran digital dan sikap terhadap penggunaan menjadi faktor agar niat pengguna dalam menggunakan pembayaran *digital* dapat muncul. Contohnya, penggunaan QRIS yang sebelumnya hanya dapat dilakukan untuk transaksi per individu, sekarang QRIS banyak ditemukan di toko-toko, warung, restoran, café yang ada di Kota Batam sehingga pengguna dapat melakukan transaksi dengan mudah dan efisien. (Batamos, 2023).

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung pada hipotesis 8 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 3.689 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 8 dapat dibuktikan bahwa sikap terhadap penggunaan dapat memediasi hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan niat perilaku. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Alswaigh & Aloud (2021), Kelana et al. (2017), Riskinanto et al. (2017). Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan aplikasi pembayaran digital tentunya akan menarik niat pengguna dalam penggunaan pembayaran digital.

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung pada hipotesis 9 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 4.375 dan *P-Value* nya 0.000. Maka hipotesis 9 dapat dibuktikan bahwa sikap terhadap

penggunaan dapat memediasi hubungan antara variabel persepsi kegunaan dan niat perilaku. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Kelana et al. (2017), Riskianto et al. (2017), Alswaigh & Aloud (2021). Aplikasi pembayaran digital yang dapat memberikan manfaat yang lebih kepada penggunanya, maka sikap terhadap penggunaan dan niat untuk menggunakan pembayaran digital meningkat.

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung pada hipotesis 10 terbukti mempunyai hasil *T-Statistics* 1.440 dan *P-Value* nya 0.150. Maka hipotesis 10 dapat dibuktikan bahwa sikap terhadap penggunaan tidak mampu memediasi hubungan antara variabel persepsi risiko dan niat perilaku. Hasil penelitian ini

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan referensi penelitian terdahulu, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan pembayaran *digital* di Kota Batam. Hal ini berpengaruh karena pembayaran *digital* yang mudah dipahami dan mudah dipelajari oleh pengguna, pengguna akan berani menggunakan pembayarann *digital* tersebut. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan karena aplikasi pembayaran dapat meningkatkan

serupa dengan penelitian Haidari & Tileng (2018), Hidayanto et al. (2015), Salloum et al. (2019), Raon et al.(2021). Adanya resiko yang diterima pengguna dalam penggunaan pembayaran digital, pengguna akan merasakan keraguan dan tidak berniat untuk menggunakan pembayaran digital tersebut.

### Uji Quality Index

Hasil uji *quality index* menunjukkan bahwa nilai *GoF* sebesar 0.632 dan tergolong kuat. Nilai *GoF* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa tingkat akurasi terhadap data semakin kuat.

**Tabel 7. Hasil Uji Quality Index**

Communality	R square	GoF	Kesimpulan
0.7374	0.543	0.632	Kuat

Sumber : Data primer diolah (2023)

kinerja kerja para pengguna sehingga akan muncul loyalitas konsumen terhadap produk jasa yang digunakan. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan pembayaran *digital*. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat perilaku karena semakin banyak kelebihan dan semakin tinggi fungsi dari suatu aplikasi pembayaran *digital*, penggunaan pembayaran *digital* akan semakin tinggi. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku disebabkan kegunaan pembayaran *digital* dapat membawa pengaruh negatif terhadap niat pengguna



dalam penggunaan pembayaran *digital*. Persepsi risiko berpengaruh signifikan positif terhadap niat perilaku karena semakin tinggi risiko yang diterima oleh pengguna dalam penggunaan pembayaran *digital*, pengguna merasa ragu dan beralih menggunakan metode pembayaran yang lain. Sikap terhadap penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat perilaku disebabkan sikap yang positif dari pengguna tentunya tentu menarik minat seorang individu untuk mencoba hal-hal yang baru. Sebaliknya, perasaan negatif yang muncul, individu merasa ketidakpastian dan keraguan. Sikap terhadap penggunaan mampu memediasi hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemudahan kegunaan dan niat perilaku karena perasaan positif yang dirasakan pengguna dalam penggunaan pembayaran *digital* mendorong niat pengguna dalam penggunaan pembayaran *digital*. Sikap terhadap penggunaan tidak mampu memediasi hubungan antara variabel persepsi risiko dan niat perilaku karena pengguna yang merasakan keraguan terhadap pembayaran *digital*, niat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut akan semakin kecil.

Penelitian yang dilakukan ini tentunya terdapat beberapa keterbatasan yang menyebabkan penelitian ini kurang sempurna, berikut rekomendasi yang dapat dipertimbangkan sebagai bahan

acuan untuk peneliti selanjutnya, diantaranya diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan menambah variabel-variabel yang mendukung baik sebagai independen ataupun variabel mediasi. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian di luar Kota Batam sehingga referensi penelitian semakin bertambah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Feril Kholifur Rehman. (2020). *Analisis Minar dan Perilaku Penggunaan Uang Elektrik (E-Money) pada Layanan Aplikasi OVO di Kabupaten Jember Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology*.
- Alswaigh, N. Y., & Aloud, M. E. (2021). Factors Affecting User Adoption of E-Payment Services Available in Mobile Wallets in Saudi Arabia. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(6), 222. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.6.29>
- Anifa, F., Anisa, A., Fadhila, N., & Prawira, I. F. A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 37–49. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i1.75>
- Asmadi, E. (2018). Aspects of Legal Protection for Consumers in the Use of Electronic Payment Applications. *Doktrina: Journal of Law*, 1(2), 90–103. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/doktrina>
- BankIndonesia. (2019). *QRIS, Satu QR Code Untuk Semua Pembayaran*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news->

- release/Pages/SP\_216219.aspx  
 Batampos. (2023, July 23). *Makin diminati, Pengurusan QRIS di Batam*.  
<https://batampos.jawapos.com/metro-life/23/07/2023/makin-diminati-ini-cara-pengurusan-qr-is-di-batam/>
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- BPS. (2020). *Penduduk Kota Batam Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa) Tahun 2018-2020*.  
<https://batamkota.bps.go.id/indicator/12/215/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Chin, L. P. (2018). Single Platform E-Payment System Consumers' Intention to Use. *Journal of Information Technology Management*, 29(2).
- Denaputri, A., & Osly Usman. (2020). Effect of Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Customers' Intention to Use Mobile Payment. *SSRN*, 1.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3511632](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3511632)
- Erwin Haryono. (2021, February 10). *BI dan Industri Targetkan Perluasan QRIS Capai 12 Juta Merchant di 2021*.  
[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_233721.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_233721.aspx)
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra*, 04(01), 10–15.
- Handayani, V. A., Tarsila, H., Hidayati, E., Saputri, R., & Parero, J. (2023). Persepsi Masyarakat Kota Batam Terhadap Transformasi Digital Payment. *Jurnal ITEBA*, 1(2), 12–18.  
<https://journal.iteba.ac.id/index.php/journalsiteba/article/view/61>
- Hidayanto, A. N., Hidayat, L. S., Sandhyaduhita, P. I., & Handayani, P. W. (2015). Examining the relationship of payment system characteristics and behavioural intention in e-payment adoption: A case of Indonesia. *International Journal of Business Information Systems*, 19(1), 58–86.  
<https://doi.org/10.1504/IJBIS.2015.069065>
- Hidayat, J. A. J. (2023). *Bayar Pajak di Batam Bisa Melalui QRIS*.  
<https://kepri.antaranews.com/berita/163275/bayar-pajak-di-batam-bisa-melalui-qr-is>
- Houston, D. D. (2020). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67.  
[https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Imam Ghozali, & Hengky Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/117046/partial-least-squares-konsep-teknik-dan-aplikasi-menggunakan-program-smartpls-3-0-2-e-.html>
- Kelana, B., Riskinanto, A., & Hilmawan, D. R. (2017). The acceptance of E-payment among Indonesian millennials. *Proceedings - 2017 International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology, SIET 2017, 2018-Janua*, 348–352.  
<https://doi.org/10.1109/SIET.2017.8304162>
- Lianovanda, D. (2022). *Mengenal Apa Itu E-Payment, Contoh, dan Manfaatnya bagi Bisnis!*  
<https://blog.skillacademy.com/e-payment-adalah>
- Marheni, D. K., & Melani, G. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Mobile Payment pada Masyarakat Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi*

- Syariah), 4(2), 804–815.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.399>
- Mccalman, D. (2021). Attitudes and Behaviors of Egyptians Towards E-Payment Services. *Journal of Organizational Psychology*, 21(5).  
<https://doi.org/10.33423/jop.v21i5.4717>
- Mediacenter. (2020). *Transaksi Non Tunai Meningkatkan Selama Pandemi Covid-19*.  
<https://mediacenter.batam.go.id/2020/06/25/transaksi-non-tunai-meningkat-selama-pandemi-covid-19/>
- Mediacenter. (2022, August 22). *Pekan QRIS Nasional di Batam, Jefridin: Beradaptasi dengan Digitalisasi*.  
<https://mediacenter.batam.go.id/2022/08/22/pekan-qris-nasional-di-batam-jefridin-beradaptasi-dengan-digitalisasi/>
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Najdawi, A., Chabani, Z., & Said, R. (2021). Factors Impacting Digital Payment Adoption: An Empirical Evidence from Smart City of Dubai. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal*, 6(1), 1208–1214.  
<https://doi.org/10.25046/aj0601137>
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, 6(1), 212–224.  
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Naomi Adisty. (2022, May 7). *Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi*.  
<https://goodstats.id/article/pengguna-an-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>
- Panhwer, P., Pitafi, A., Memon, M. S., & Memon, A. (2020). Awareness and Reason towards Slow Adoption of E-Payment System: Study of Hyderabad. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR*, 2(1), 6–21.  
<https://doi.org/10.33166/acdmhr.2020.01.002>
- Pirdayanti, N. M. S., & Wiagustini, N. L. P. (2021). The Influence of Perceived Risk, Perceived of Usefulness, and Perceived Ease of Use on the use of Financial Technology. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 428–436.  
[www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Putra, I. T. P., & Heruwasto, I. (2022). Factors Affecting Consumer Intention To Use Qris During the Covid-19 Pandemic By Using C-Tam-Tpb. *The 6th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*.
- Rahayu, R. (2022). Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 116.  
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>
- Rantung, H. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan..., E. M. (2020). The Determinants Influencing Behaviorial Intention To Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic in Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 352–360.
- Raon, C. J. B., De Leon, M. V., & Dui, R. (2021). Adoption of E-Payment Systems in the Philippines. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 18(1), 123–134.  
<https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.3197>
- Riskianto, A., Kelana, B., & Hilmawan, D. R. (2017). The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology. *Procedia Computer Science*, 124, 536–543.  
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2017>

- 12.187
- Rizkyandy, R. (2016). Apa Yang Harus Dipertimbangkan Sebagai Penerimaan Pembayaran Mobile: Investigasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Menggunakan Sistem Layanan T-Cash. *E-Journal Uajy, July*, 1–23. <https://e-journal.uajy.ac.id/15609/4/MTF025823.pdf>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Roslan, N. M., Tarmuji, I., Mahmud, R., & Abdul Manan, N. S. (2022). The Emergence of the E-Payment Landscape: Acknowledging the Malaysian B40's Behavioral Intention on E-Payment Usage Article Information. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 8(2), 1–12.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Khalaf, R., Habes, M., & Shaalan, K. (2019). An innovative study of e-payment systems adoption in higher education: Theoretical constructs and empirical analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(6), 68–83. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i06.9875>
- Sarkam, N. A., Mohamad Razi, N. F., Mohammad, N. H., Jamil, N. I., & Kurniawati, L. (2022). Attitudes, Security, and Perceived Ease of Use Influence The Consumers' Decision to Use An E-payment System. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(3), 357–368. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i3/12884>
- Shabrina, Z., Yuliati, L. N., & Simanjuntak, M. (2018). The Effects of Religiosity, Pricing and Corporate Image on The Attitude and The Intention to Use Sharia Micro Financing. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(2), 197–206. <https://doi.org/10.17358/ijbe.4.2.197>
- Sudono, F. S., Adiwijaya, M., & Siagian, H. (2020). The Influence of Perceived Security and Perceived Enjoyment on Intention To Use with Attitude Towards Use as Intervening Variable on Mobile Payment Customer in Surabaya. *Petra International Journal of Business Studies*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.37-46>
- Wahyuni, N. D. (2017, April 1). *Warga AS Suka Pakai Kartu Kredit, Bagaimana Orang Asia?* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2901152/warga-as-suka-pakai-kartu-kredit-bagaimana-orang-asia>