

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul "The Influence of Usage Barriers, Value Barriers, Risk Barriers, Tradition Barriers, and Image Barriers on Intentions to Use QRIS with Grievance Redressal as a Moderating Variable." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen di Indonesia untuk menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Data penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan menggunakan data primer dengan kuesioner. Sampel yang ditetapkan berjumlah 118 respondent

Penelitian ini menggunakan SPSS 25 sebagai alat analisis. Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa: Hambatan Penggunaan, Hambatan Nilai memiliki pengaruh negatif, Hambatan Risiko tidak memiliki pengaruh signifikan, Hambatan Tradisi memiliki pengaruh negatif, dan Hambatan Citra memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan QRIS. Ini berarti semakin tinggi persepsi konsumen terhadap hambatan-hambatan ini, semakin rendah niat mereka untuk menggunakan QRIS. Sedangkan grievance redressal tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam memoderasi hubungan antara hambatan penggunaan (usage barriers) dan hambatan nilai (value barriers) dengan niat penggunaan QRIS.

Kata Kunci: pembayaran seluler, hambatan penggunaan, hambatan nilai, hambatan risiko, hambatan tradisi, hambatan citra, niat penggunaan, penyelesaian keluhan

SUMMARY

This research is titled, "The Influence of Usage Barriers, Value Barriers, Risk Barriers, Tradition Barriers, and Image Barriers on Intentions to Use QRIS with Grievance Redressal as a Moderating Variable." The study aims to analyze the factors that influence Indonesian consumers' intentions to use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). The research data was collected using a quantitative method with primary data from a questionnaire. The established sample consisted of 118 respondents.

This study used SPSS 25 for data analysis. Based on the analysis, it can be concluded that: Usage Barriers and Value Barriers have a negative effect, Risk Barriers do not have a significant effect, Tradition Barriers have a negative effect, and Image Barriers have a negative and significant effect on consumer intentions to use QRIS. This means that the higher consumers' perception of these barriers, the lower their intention to use QRIS. Meanwhile, grievance redressal does not have a significant influence in moderating the relationship between usage barriers and value barriers with the intention to use QRIS.

Keywords: mobile payment, usage barriers, value barriers, risk barriers, tradition barriers, image barriers, intention to use, grievance redressal