

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi pelanggan restoran terhadap penggunaan teknologi mobile payment berbasis QR code di Indonesia = Analysis of factors affecting restaurant customers' intention to use QR code-based mobile payment technology in Indonesia

Cherly Suci Putri Yanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491111&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah compatibility, smartphone affinity, convenience, utilitarian value, perceived risk, dan privacy concern, merupakan faktor-faktor yang memengaruhi intensi pelanggan restoran terhadap penggunaan mobile payment berbasis QR Code di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode Struktural Equation Model (SEM) untuk menguji hipotesis dan data dari responden penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik judgmental sampling atas 1040 responden.

Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa compatibility, smartphone affinity, convenience, utilitarian value, dan privacy concern berpengaruh terhadap intensi pelanggan restoran untuk menggunakan teknologi mobile payment berbasis QR Code, sementara perceived risk tidak berpengaruh terhadap intensi pelanggan restoran untuk menggunakan teknologi mobile payment berbasis QR Code. Penemuan penelitian diharapkan dapat menjadi implikasi manajerial baik untuk penyedia layanan mobile payment berbasis QR Code, maupun untuk manajer atau pemilik merchant dalam industri food and beverages.

This study aims to determine whether compatibility, affinity smartphone, convenience, utilitarian value, perceived risk, and privacy concern are factors that influence restaurant customers intention to use QR Code-based mobile payments in Indonesia. This study uses the Structural Equation Model (SEM) method to test hypotheses and data from research respondents are obtained using judgmental sampling techniques for 1040 respondents.

The findings of this study reveal that compatibility, affinity smartphones, convenience, utilitarian value, and privacy concern influence restaurant customers' intention to use QR Code-based mobile payment technology, while perceived risk does not affect restaurant customer intention to use QR Code-based mobile payment technology. The research findings are expected to be managerial implications for both QR Code-based mobile payment service providers, and for merchant managers or owners in food and beverages industries.