

## INTISARI

Situasi Covid 19 telah merusak perekonomian yang menyebabkan banyak perusahaan restoran terpuruk sehingga dibutuhkan adaptasi dengan merubah sistem layanan berbasis teknologi Kode QR. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku konsumen mengenai pengaruh motivasi proteksi pada sikap dan dampaknya terhadap perilaku menggunakan Kode QR untuk melihat menu dan melakukan pembayaran pada restoran di Indonesia. Sampel pada penelitian ini sebanyak 205 responden yang diambil melalui metode *purposive sampling*. Data penelitian diambil melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui *google form*. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi yang sebelumnya telah memenuhi uji instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara statistik keparahan yang dirasakan dapat mendorong sikap seseorang untuk menggunakan Kode QR. Secara statistik, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kerentanan yang dirasakan dapat memotivasi sikap seseorang terhadap Kode QR. Seseorang berusaha berperilaku protektif untuk melindungi diri dari ancaman Covid 19. Hasil penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa efikasi diri dapat memengaruhi sikap terhadap Kode QR. Mereka memiliki kemampuan untuk mempelajari dan menggunakan Kode QR dalam melihat menu dan melakukan pembayaran di restoran. Disamping itu, hasil penelitian juga berhasil membuktikan bahwa efikasi respon dapat memotivasi sikap seseorang untuk menggunakan Kode QR dalam melihat menu dan melakukan pembayaran, karena penggunaannya lebih efektif jika dibandingkan dengan buku manual. Namun penelitian ini tidak berhasil membuktikan biaya yang dirasakan terhadap Kode QR. Penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa secara statistik sikap seseorang dapat mendorong perilaku untuk menggunakan Kode QR.

**Kata Kunci:** *Protection Motivation Theory (PMT)*, Sikap, dan Perilaku.

## ABSTRACT

*The Covid-19 situation has damaged the economy which has caused many restaurant companies to slump so that adaptation is needed to changes to the QR code technology-based service system. This study aims to understand consumer behavior regarding the influence of the protection movitation on attitudes and observations of the behavior of using QR codes for menus in restaurants in Indonesia. The sample in this study was 205 respondents who were taken through purposive sampling method. Data was taken through a questionnaire distributed to respondents via google form. This research method uses regression analysis which has previously fulfilled the instrument test and the classical assumption test. The results showed that statistically perceived suffering can encourage a person's attitude to use QR codes. Statistically, this study succeeded in proving that perceived vulnerability can motivate a person's attitude towards QR codes. Someone tries to behave protectively to protect themselves from the threat of Covid 19. The results of this study also succeeded in proving that self-efficacy can affect attitudes towards QR codes. They have the ability to learn and use QR codes to view menus in restaurants. In addition, the results of the study also succeeded in proving that response efficacy can motivate someone to use QR codes in viewing menus, because their use is more effective when compared to manual books. However, this study failed to prove the perceived cost of QR codes. This study also succeeded in proving that statistically a person's attitude can encourage behavior to use QR codes.*

**Keywords:** *Protection Motivation Theory (PMT), Attitudes, and Behavior.*