

INTISARI

Transformasi digital mengubah perilaku manusia. Dalam rangka percepatan transformasi digital, masyarakat Indonesia dianjurkan segera beralih ke sistem pembayaran digital. Salah satu pembayaran digital yang banyak digunakan adalah *QR code payment*.

Sebagai bagian dari masyarakat, generasi baby boomer dianggap sebagai generasi yang lebih pasif menerima teknologi baru dibandingkan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan generasi baby boomer dan penggunaan pembayaran kode QR menggunakan model Meta-UTAUT dan menambahkan empat konstruksi eksternal: inovasi personal, kegelisahan, kepercayaan, dan penanganan keluhan. Analisis menggunakan metode SEM-PLS dengan 56 responden baby boomer. Hasilnya memberikan bukti adanya pengaruh positif dan signifikan dari (1) ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku, (2) ekspektasi usaha terhadap sikap, (3) pengaruh sosial terhadap niat perilaku, (4) kondisi fasilitasi terhadap ekspektasi usaha, (5) kondisi fasilitasi terhadap perilaku penggunaan, (6) kepercayaan terhadap sikap dan (7) niat perilaku terhadap perilaku penggunaan.

Penelitian ini juga melakukan analisis tambahan terhadap 218 responden dari generasi *non-baby boomer*. Hasil analisis pada *non-baby boomer* menunjukkan ada *direct effect* antara sikap terhadap niat perilaku. Kemudian setelah melakukan uji pemediasi, sikap memediasi secara parsial konstruk atribut teknologi terhadap niat perilaku generasi *non-baby boomer*.

Kata kunci: *QR code payment, meta-UTAUT, baby boomer*

ABSTRACT

Digital transformation is changing human behaviour. In accelerating digital transformation, Indonesian people are encouraged to switch to a digital payment system immediately. One of the widely used is QR code payment.

As part of society, the baby boomer considered passive generation accepted new technology than the younger generation. Thus, the study identifies the factors influencing the baby boomer generation's acceptance and use of QR code payments using the Meta-UTAUT model and adds four external constructs: personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. The analysis used the SEM-PLS method with 56 baby boomers as respondents. The results provide evidence of a positive and significant effect of (1) performance expectancy toward behavioural intention, (2) effort expectancy toward attitudes, (3) social influence toward behavioural intentions, (4) facilitating conditions toward effort expectancy, (5) facilitating conditions toward use behaviour, (6) trust toward attitudes, and (7) behavioral intention toward use behaviour.

This study also conducted an additional analysis of 218 respondents from the non-baby boomer generation. The analysis results on non-baby boomers directly affect attitudes and behavioural intentions. After conducting the mediating test, attitude partially mediates the technology attribute construct toward the behavioural intention of the non-baby boomer generation.

Keywords: QR code payment, meta-UTAUT, baby boomer