UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Insentif Promosi dan Komunikasi Media Sosial terhadap Niat untuk Menggunakan QRIS Tap
(Quick Response Code Indonesian Standard Tanpa Pindai)
Nadia Azzahra Ayuningtyas Prawirohardjo, Bayu Sutikno, S.E.,M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harapan kinerja, harapan kemudahan, kondisi pendukung, kebiasaan, insentif promosi, dan komunikasi media sosial terhadap niat untuk menggunakan QRIS Tap (*Quick Response Code Indonesian Standard* Tanpa Pindai). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 258 responden yang mengetahui QRIS Tap namun belum pernah menggunakannya. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS Tap. Harapan kinerja merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar, diikuti oleh harapan kemudahan, kebiasaan, komunikasi media sosial, insentif promosi, dan kondisi pendukung. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS Tap dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, perilaku pengguna, dan strategi pemasaran. Penelitian ini memperluas model UTAUT2 melalui penambahan variabel insentif promosi dan komunikasi media sosial pada pembahasan metode pembayaran digital berbasis NFC. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi regulator dan penyedia jasa pembayaran dalam merancang strategi peningkatan adopsi QRIS Tap di Indonesia.

Kata Kunci: QRIS Tap, UTAUT2, niat untuk menggunakan, insentif promosi, komunikasi media sosial.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Insentif Promosi dan Komunikasi Media Sosial terhadap Niat untuk Menggunakan QRIS Tap
(Quick Response Code Indonesian Standard Tanpa Pindai)
Nadia Azzahra Ayuningtyas Prawirohardjo, Bayu Sutikno, S.E.,M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, habit, promotional incentives, and social media communication on the intention to use QRIS Tap. A quantitative approach was employed using a survey of 258 respondents who were aware of QRIS Tap but had never used it. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that all proposed variables positively and significantly influence the intention to use QRIS Tap. Performance expectancy emerged as the strongest predictor, followed by effort expectancy, habit, social media communication, promotional incentives, and facilitating conditions. These findings suggest that the adoption of QRIS Tap is shaped by a combination of technological, behavioral, and marketing-related factors. This study extends the UTAUT2 model by incorporating promotional incentives and social media communication within the study of NFC-based digital payments. The findings provide practical insights for regulators and payment service providers in developing strategies to accelerate QRIS Tap adoption in Indonesia.

Keywords: *QRIS Tap, UTAUT2, intention to use, financial incentives, social media communication.*