

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S., & I. (2020). Manajemen Keuangan Dan Bisnis Teori Dan Aplikasi. *Jakarta. Gramedia Pustaka Utama*.
- Ahmad Toufiq Syahniar, Toni Herlambang, I. P. S. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG JEMBER SUDIRMAN. *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Akademik, J., Dan, E., Perkembangan, A., Dan, T. M., Siber, K., Bank, D. I., Asia, C., & Syahputra, M. F. (2024). *Analisis perkembangan teknologi m-bca dan keamanan siber di bank central asia*. 1(4), 43–53.
- Alfani, R., & Ariani, K. (2023). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (QRIS). *Edunomika*, 08(01), 1–8. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11256>
- Amamilah, S., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Efektivitas Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 2992–3001. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7444>
- Arif Miftahun Nasih, V. G. & S. R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 1–15. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Aziz, M., Arifin, Z., Hwihanus, H., & Ratnawati, T. (2024). Pengaruh Sosial Budaya Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Pedagang terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai Metode Pembayaran Cashless. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(10), 3960–3966. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i10.1162>
- Bed, M. D., & Setya, T. D. (2023). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat berwirausaha mahasiswa. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 6(1), 76. <https://doi.org/10.47201/jamin.v6i1.197>
- Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. *Wahana*, 75(2), 33–47. <https://doi.org/10.36456/wahana.v75i2.7378>
- Cindy, A., & Fitriyah, N. (2020). Neraca Berbasis Sak-Etap Pada Umkm. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 194–203.
- Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2021). Peranan Sistem Informasi Persediaan Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, Dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), 43–57.
- Davis, F. (1987). The Technology Acceptance Model. In *Journal of Organizational and End User Computing* (Vol. 16, Issue 1, pp. 59–72). <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Dewi Wulansari. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(1), 78–89.

- <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1.60>
- Edrisy, I. F., & Rozi, F. (2021). PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU PENGANCAMAN PORNOGRAFI (Study Kasus Polres Lampung Utara). *Jurnal Hukum Legalita*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.47637/legalita.v3i2.434>
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusti, F. M., Hamdani, N. A., & Nurhasan, R. (2021). Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2), 095. <https://doi.org/10.52434/jwe.v20i2.1182>
- Hafizah, R. N. H. (2023). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang.” *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(2), 134–151. <https://doi.org/10.56644/adl.v4i2.56>
- Hamzah Muchtar, E., Trianto, B., Maulana, I., Alim, M. N., Marasabessy, R. H., Hidayat, W., Junaedi, E., & Masrizal. (2024). Quick response code Indonesia standard (QRIS) E-payment adoption: customers perspective. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>
- Hendri, H., Meisak, D., & Rianti, S. (2022). Workshop Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dalam Masa Pandemic Covid 19 Di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2022.1.2.75>
- Hidayat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Persepsi kemudahan, manfaat, harga dan kualitas produk terhadap keputusan belanja: peran moderasi kepercayaan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 102–112. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6981>
- Hidayat, R. S., Sriyanto, A., Setyarko, Y., Niazi, H. A., Elizabeth, & Vildayanti, R. A. (2024). *Manajemen Pemasaran*.
- Humaidi, H., Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>
- Ichsan, M. (2020). Pandangan Keuangan dari Perspektif Ekonomi Islam. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 21(1), 27–38.
- Ira Puspitadewi S, Azhad, M. N. (2022). *Muhammad Naely Azhad*. 1(10), 2035–2042.
- Jayanti, R. D., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 14–18. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.653>
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG SECARA ONLINE. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Jie, L., & Pradana, B. L. (2021). Pengaruh DAR, ROA, TATO dan CR terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2019. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(1), 34–50.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i1.757>
- Jundullah, M., Umar, R., & Yudhana, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penerimaan Sistem E-Learning Di SMK Negeri 4 Kota Sorong. *Bina Insani Ict Journal*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.51211/biict.v8i1.1487>

- Jurnal, J., Mea, I., Perkembangan, T., & Melalui, T. (2025). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) TANTANGAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI MELALUI METODE PEMBAYARAN QRIS BAGI UMKM DAN KONSUMEN*. 9(1), 1522–1539.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah Heny. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Millah, H., & Suryana, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran)*. 6(2), 134–142.
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 4(1), 24–32. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351>
- Nenandha, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Nia Monica Putri, Idham Lakoni, & Sintia Safrianti. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kota Bengkulu. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 356–364. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1259>
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Permatasari, B. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca. *Journals of Economics and Business*, 2(2), 1–16. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i2.112>
- Pokhrel, S. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Kebumen. *JIMBA (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis & Akuntansi)*, 16(4), 592–612.
- Putri, Pyka Anggiana., Taufiqurrahman., Novitasari, H. (2024). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN MELALUI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(2), 296–316.
- Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, & Joko Utomo. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68–77. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.199>
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 215–228. <https://doi.org/10.53916/jeb.v17i3.73>

- Rachman, R., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk Unipin). *Prologia*, 5(1), 148. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8200>
- Radha Khairani, Hichmaed Tachta Hinggo, F. A. N. (2025). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL DI KOTA PEKANBARU. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN AKUNTANSI*, 2(1), 96–108.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 629–636. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2239>
- Rahmawati, A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162–170. <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>
- Rambe, Y., Hasibuan, M., & Ayla, S. (2025). *Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna QRIS di Toko Deni Store Ajamu, Labuhanbatu*.
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Rosani, C. R., Purwana, D., Aditya, S., Studi, P., Bisnis, P., Ekonomi, F., & Jakarta, U. N. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO (Studi pada Mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta)*. 5.
- Sarjita, S. (2023). Pengaruh Rating Penilaian Dan Ulasan Online Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Penggunaan Toko Online Shopee. *Prima Ekonomika*, 14(1), 18. <https://doi.org/10.37330/prima.v14i1.157>
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)* (4th ed.). Alfabeta 2019.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta* (Issue January).
- Sugiyono, Jenita, N. K. S., Astiti, N. P. Y., & Adhika, I. N. R. (2023). Pengaruh Job Description, Sistem Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Sosial Kabupaten Gianyar. *Jurnal Emas*, 4(1), 81–93.
- Sugiyono, Sedarmayanti, Fatmawati, F. M., Hartono, S., & Istiatin. (2020). Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Dan Disiplin Kerja. *Edunomika*, 4(1), 338–346.

- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian*. 2(3), 211–213.
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 80–91. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.661>
- Sutrisno. (2013). *Manajemen Keuangan*.
- Teknologi, D., Terhadap, F., Ekonomi, P., Di, S., Digital, E., Mahendra Putera, A., & Laily Nisa, F. (2024). Dampak Teknologi Finansial Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah Di Era Digital. *Mand-Ycmm.Org*, 6(2), 2715–3681. <https://mand-ycmm.org/index.php/eabmij/article/view/672>
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>
- Wijaya, E., & Mulyandi, M. R. (2021). Tren Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Generasi Milenial. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 43–52. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i1.2775>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Buku Pedoman Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zein, R., Sholihah, I., & Fikri, A. Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Hamzanwadi. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 291–300. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2886>

