

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan QRIS Terhadap Minat Pembayaran Digital Pada Penjualan di Pasa Ateh Bukittinggi

Khofifah Humairoh¹, Septria Susanti²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
e-mail : khofifahumairoh37@gmail.com , susantiseptria@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya transformasi digital dalam sistem pembayaran di Indonesia, khususnya melalui implementasi QRIS di pusat perbelanjaan tradisional modern seperti Pasa Ateh Bukittinggi. Meskipun teknologi telah tersedia, adopsi pengguna sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis teknis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan QRIS secara parsial maupun simultan terhadap minat pembayaran digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *incidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Secara parsial, variabel Persepsi Kemanfaatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Pembayaran Digital dengan nilai $t_{hitung} 3,892 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) Secara parsial, variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembayaran Digital dengan nilai $t_{hitung} 4,554 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (3) Secara simultan, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembayaran Digital dengan nilai $F_{hitung} 55,274 > F_{tabel} 3,10$. Berdasarkan uji koefisien determinasi, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,547, yang berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 55,7%, sedangkan sisanya sebesar 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Qris, Minat Pembayaran Digital.

Abstrac

This research is motivated by the rapid digital transformation of the payment system in Indonesia, particularly through the implementation of QRIS in modern traditional shopping centers such as Pasa Ateh Bukittinggi. Although the technology is already available, user adoption is strongly influenced by technical and psychological factors. This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of perceived usefulness and perceived ease of use of QRIS on digital payment intention. The research employed a quantitative approach

using a survey method. The sample consisted of 100 respondents selected through incidental sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results showed that: (1) Partially, the Perceived Usefulness variable had a negative and significant effect on Digital Payment Intention, with a t-count of 3.892 > t-table of 1.987 and a significance value of 0.000 < 0.05. (2) Partially, the Perceived Ease of Use variable had a positive and significant effect on Digital Payment Intention, with a t-count of 4.554 > t-table of 1.987 and a significance value of 0.000 < 0.05. (3) Simultaneously, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use had a significant effect on Digital Payment Intention, with an F-count of 55.274 > F-table of 3.10. Based on the coefficient of determination test, the Adjusted R Square value was 0.547, indicating that the independent variables explained 55.7% of the dependent variable, while the remaining 44.3% was influenced by other variables outside this study.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, QRIS, Digital Payment Intention.

PENDAHULUAN

Era globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sistem transaksi keuangan. Perkembangan teknologi finansial (*Financial Technology*) di Indonesia telah mendorong pergeseran paradigma dari transaksi tunai (cash-based) menuju masyarakat non-tunai (*cashless society*). Data Bank Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang eksponensial dalam transaksi ekonomi digital. Hingga akhir tahun 2023, jumlah pengguna QRIS di Indonesia telah mencapai lebih dari 45 juta pengguna dengan jumlah merchant yang menembus angka 30 juta, didominasi oleh pelaku UMKM. Sebagai langkah strategis, Bank Indonesia secara resmi meluncurkan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) pada 17 Agustus 2019 guna mengintegrasikan berbagai Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) agar transaksi digital menjadi lebih universal, gampang, untung, dan langsung (Unggul).

Pasa Ateh Bukittinggi, sebagai ikon perdagangan di Sumatera Barat yang telah bertransformasi menjadi pasar tradisional modern pasca renovasi, merupakan salah satu ekosistem ekonomi strategis bagi penerapan QRIS. Berdasarkan observasi awal, digitalisasi di Pasa Ateh telah didukung oleh berbagai perbankan syariah dan nasional untuk mewujudkan ekosistem smart market. Penerapan teknologi ini diharapkan dapat mempermudah mobilitas transaksi bagi pedagang maupun pengunjung. Namun, dalam realitas lapangan, efektivitas adopsi QRIS tidak hanya bergantung pada ketersediaan infrastruktur teknologi, melainkan sangat ditentukan oleh persepsi pengguna terhadap instrumen tersebut.

Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, minat seseorang untuk menggunakan teknologi baru ditentukan oleh dua keyakinan utama: persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kemanfaatan berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa penggunaan QRIS akan meningkatkan efektivitas dan produktivitas dalam

bertransaksi, sementara persepsi kemudahan merujuk pada sejauh mana teknologi tersebut dapat dioperasikan tanpa usaha yang berat atau membingungkan.

Fenomena yang terjadi di Pasa Ateh menunjukkan dinamika yang menarik; meskipun data menunjukkan pertumbuhan merchant yang signifikan secara nasional, frekuensi penggunaan digital oleh pengunjung di lokasi ini masih bervariasi. Kendala seperti keterbatasan pemahaman teknis bagi sebagian pedagang dan kekhawatiran akan keamanan sistem masih menjadi isu yang muncul dalam pengamatan awal. Hal ini memunculkan pertanyaan penelitian mengenai sejauh mana persepsi mengenai manfaat dan kemudahan aksesibilitas QRIS dapat benar-benar mendorong minat pembayaran digital masyarakat di lingkungan pasar tersebut. Penelitian ini krusial untuk memberikan gambaran bagi regulator dan pelaku usaha mengenai faktor-faktor psikologis-teknis yang memperkuat minat adopsi pembayaran digital di sektor riil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji teori melalui pengukuran variabel menggunakan data berbentuk angka dan analisis statistik. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas Persepsi Kemudahan (X1) yang diukur melalui indikator pekerjaan lebih cepat, peningkatan kinerja, peningkatan produktivitas, peningkatan efektivitas, dan kemudahan pekerjaan, serta Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) yang diukur melalui indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan mudah dipahami, serta menjadi terampil. Sementara itu, variabel dependen yaitu Minat Pembayaran Digital (Y) diukur melalui indikator keinginan menggunakan di masa depan, intensitas penggunaan, dan merekomendasikan kepada orang lain. Populasi penelitian adalah seluruh pedagang dan pengunjung di Pasa Ateh Bukittinggi yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti (*unidentified population*), dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Teknik analisis data meliputi uji instrumen yang terdiri atas uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas melalui nilai VIF dan *Tolerance*, serta uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, kemudian dilakukan uji hipotesis secara parsial melalui uji t , secara simultan melalui uji F , serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap pelayanan AO Funding. Hal ini mencakup aspek komunikasi yang baik dan pengetahuan produk yang mumpuni.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner tepat dalam mengukur variabel penelitian. Dengan jumlah responden (n) sebanyak 100 orang dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,1966. Berikut adalah rangkuman hasil uji validitas:

- 1) **Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1):** Berdasarkan hasil uji validitas terhadap lima butir pernyataan mengenai penggunaan QRIS di Pasa Ateh, seluruh instrumen dinyatakan valid karena nilai r hitung masing-masing pernyataan berada di atas nilai r tabel sebesar 0,361, di mana indikator efisiensi uang kembalian (pernyataan 2) memberikan kontribusi validitas tertinggi (0,788) sementara indikator kecepatan pembayaran (pernyataan 1) memberikan kontribusi terendah (0,364); hal ini menunjukkan bahwa kuesioner tersebut memiliki akurasi yang memadai untuk mengukur persepsi kemudahan dan manfaat transaksi digital di lokasi penelitian.
- 2) **Variabel Persepsi Kemudahan (X2):** Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel kemudahan penggunaan QRIS di Pasa Ateh, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid karena setiap item memiliki nilai r hitung yang melampaui nilai r tabel sebesar 0,361, di mana aspek aksesibilitas jaringan internet mencatatkan tingkat validitas tertinggi (0,595) yang diikuti oleh aspek kemudahan dalam mempelajari sistem (0,508) serta kejelasan proses transaksi (0,500), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen ini memiliki akurasi yang sangat baik dalam mengukur persepsi kemudahan teknologi bagi para pengguna di lokasi penelitian.
- 3) **Variabel Minat Pembayaran Digital (Y):** Berdasarkan hasil pengolahan data primer, seluruh indikator dalam variabel Minat Pembayaran Digital dinyatakan valid karena nilai r hitung dari ketujuh butir pernyataan secara konsisten melampaui nilai r_{tabel} sebesar 0,361, di mana aspek rencana penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran utama (pernyataan 1) mencatatkan tingkat validitas tertinggi sebesar 0,816 dan preferensi terhadap QRIS dibandingkan uang tunai (pernyataan 3) sebesar 0,717 hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian ini memiliki ketepatan yang sangat tinggi dalam merepresentasikan komitmen, loyalitas, dan kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital di Pasa Ateh, meskipun aspek keinginan pribadi (pernyataan 5) dan keyakinan keberhasilan transaksi (pernyataan 6) berada pada nilai validitas yang lebih rendah namun tetap memenuhi standar statistik yang ditetapkan.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil olahan data pada IBM SPSS Statistik terdapat hasil reliable atas pernyataan responden pada table berikut :

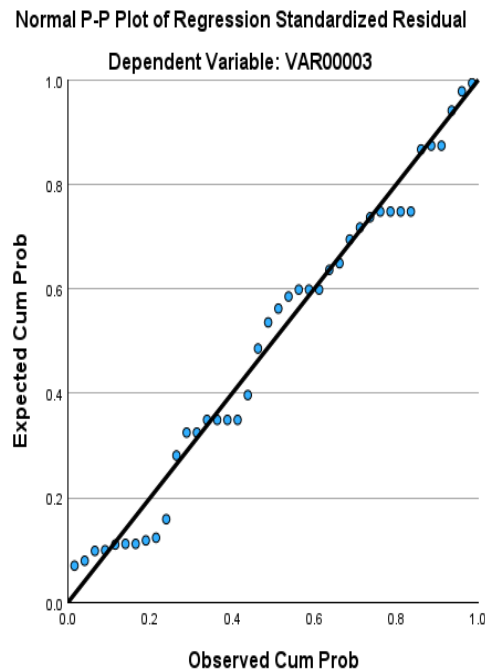
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	17

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan table 4.8 diatas dapat dilihat bahwa cronbach"s alpha 0, 838 pada ke 17 item r pernyataan variabel X1, X2 dan variabel Y dinyatakan sangat baik atau reliable, karena cronbach"s alpha > 0,281.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apabila nilai residual pada model berdistribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka data normal. Jika pada tabel tes of normality dengan KolmogorovSmirnov nilai sig > 0.05, maka data berdistribusi normal



4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.287	2.102		3.944	<,001		

Persepsi Kemanfaatan	.533	.179	.663	2.972	.005	.249	4.019
Persepsi Kemudahan	.074	.203	.082	.367	.716	.249	4.019

a. Dependent Variable: Pembayaran Digital

Dari data diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut :Ujiregresi linear berganda

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

Y : variabel keputusan pembelian Paket Umrah

β_0 : konstanta

β_1 : Koefesien regresi dari X1

β_2 : Koefesien regresi dari X2

$$Y = 8.287 + 0.533X_1 + 0.074X_2$$

Interpretasinya

- Nilai β_0 sebesar 8.287 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Y belum di pengaruhi oleh variabel lainya itu variable X1 dan X2 Jika variabel independen tidak ada maka variabel Y tidak mengalami perubahan
- β_1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,533 menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini
- β_2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,074 menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.287	2.102		3.944	<,001		
Persepsi Kemanfaatan	.533	.179	.663	2.972	.005	.249	4.019
Persepsi Kemudahan	.074	.203	.082	.367	.716	.249	4.019

a. Dependent Variable: Pembayaran Digital

Pada variabel X1 dapat diketahui bahwa nilai T table sebesar 2,026 dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung > t table yaitu $2.972 > 2,026$ dengan nilai signifikan 0,005 ($\text{sig} < 0,05$) maka dapat di katakan terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Persepsi Kemanfaatan dengan Pembayaran Digital

Pada variabel X2 dapat diketahui bahwa nilai T table sebesar 2,026 dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung < t table yaitu $0,367 < 2,026$ dengan nilai signifikan 0,716 ($\text{sig} > 0,05$) maka dapat di katakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Persepsi Kemanfaatan dengan Pembayaran Digital

6. Uji Persial dengan f- Test

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.327	2	27.164	21.815	<,001 ^b
	Residual	46.073	37	1.245		
	Total	100.400	39			

a. Dependent Variable: Pembayaran Digital

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemanfaatan

Berdasarkan Tabel Di Atas Dapat Di Peroleh Nilai F Hitung Adalah 21.815
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa df yaitu:

$df1 = k - (\text{jumlah variable bebas}) - 2$

$df2 = k; n - k = 2; 38$

F table 3.245

F hitung sebesar 21.815 sedangkan nilai F tabel sebesar 3.245 nilai tersebut dapat kita ketahui bahwa nilai pada F hitung > F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable kualitas layanan dan citra merek pengaruh terhadap variable keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($\text{sig} < 0,05$).

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel Kemanfaatan QRIS terhadap Efisiensi Pembayaran Digital secara parsial.. Dapat dilihat dari uji t bahwa variabel ini memperoleh nilai t hitung sebesar $2.972 > 2,026$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemanfaatan QRIS secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Efisiensi Pembayaran Digital. Artinya jika variabel Kemanfaatan QRIS mengalami peningkatan maka variabel Efisiensi Pembayaran Digital juga mengalami peningkatan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani terdapat empat variabel yang diprediksi mempengaruhi keputusan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital yaitu persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan dan resiko, hasil penelitian menunjukkan persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Lailatun Hikmah juga

mengungkapkan bahwa faktor kinerja pekerjaan yang merupakan indikator dari Kemanfaatan QRIS dalam penelitian ini berpengaruh terhadap Efisiensi Pembayaran.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel Kemudahan QRIS terhadap Efisiensi Pembayaran Digital secara parsial.. Dapat dilihat dari uji t bahwa variabel ini memperoleh nilai t hitung sebesar $0,367 < 2,026$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan QRIS secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Efisiensi Pembayaran Digital. Ketidaksignifikanan pengaruh persepsi kemudahan dalam penelitian ini dapat dianalisis melalui beberapa sudut pandang mendalam. Pertama, fenomena ini berkaitan erat dengan keakraban teknologi (technological familiarity) di kalangan responden. Sejalan dengan temuan penelitian terdahulu oleh Pramono dkk. , ketika sebuah teknologi seperti QRIS sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan rutinitas harian masyarakat, faktor kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi stimulan utama yang menggerakkan minat. Responden di Pasa Ateh Bukittinggi, baik dari sisi pedagang maupun pembeli, diasumsikan telah memiliki kecakapan digital yang memadai dalam menggunakan smartphone, sehingga proses transaksi menggunakan QRIS dianggap sebagai sesuatu yang lumrah dan sudah seharusnya mudah, bukan lagi sebagai nilai tambah yang mampu mengubah minat mereka secara drastis. Hal ini sejalan dengan prinsip Taysir dalam Islam, di mana setiap inovasi yang memudahkan urusan manusia sangat dianjurkan. Sebagaimana ditegaskan dalam potongan ayat 185, Allah SWT berfirman:

...يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ...

"...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu..."

Meskipun ayat ini berada dalam konteks ibadah puasa, namun para ulama ushul fiqh menetapkan kaidah bahwa "pelajaran diambil dari keumuman lafaz, bukan dari kekhususan sebab" (al-ibrah bi 'umumul lafzi la bi khususis sabab). Artinya, prinsip "menghendaki kemudahan" berlaku dalam seluruh sendi kehidupan manusia, termasuk dalam ekonomi dan sistem pembayaran. Kemudahan yang ditawarkan teknologi finansial ini secara otomatis mereduksi waktu dan biaya transaksi (efisiensi), yang dalam kaidah fikih disebut sebagai upaya menghilangkan Mashaqqah (kesulitan) guna mencapai Maslahah (kemaslahatan) umum.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap minat pembayaran digital pada pedagang di Pasa Ateh Bukittinggi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (X1) terhadap Minat Pembayaran Digital (Y) Persepsi kemanfaatan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa responden di Pasa Ateh Bukittinggi meyakini bahwa QRIS memberikan nilai tambah yang nyata dalam aktivitas ekonomi mereka. Indikator utama yang mendorong minat ini adalah efektivitas dalam pencatatan transaksi, kecepatan waktu bayar dibandingkan uang tunai, serta keamanan dari risiko peredaran uang palsu. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pedagang dan pembeli, maka niat untuk terus menggunakan layanan QRIS akan semakin

kuat. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pembayaran Digital (Y) pada penjualan di Pasa Ateh Bukittinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya rasa kemudahan yang dirasakan oleh responden dalam menggunakan QRIS tidak menjadi faktor penentu utama yang mampu meningkatkan minat mereka dalam bertransaksi secara digital. Kondisi ini disebabkan karena responden sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi (smartphone) dalam keseharian, sehingga kemudahan akses dianggap sebagai standar operasional biasa, dan minat mereka lebih didorong oleh faktor kemanfaatan nyata serta keamanan transaksi daripada sekadar kemudahan prosedur penggunaan. Pengaruh Simultan Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Secara simultan atau bersama-sama, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki kontribusi yang besar dalam membentuk minat pembayaran digital di Pasa Ateh Bukittinggi. Hal ini memperkuat teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa penerimaan terhadap teknologi baru sangat ditentukan oleh sejauh mana teknologi tersebut dianggap berguna dan mudah digunakan. Dalam konteks Pasa Ateh, kedua variabel ini secara kolektif mampu menjelaskan variasi minat penggunaan QRIS secara signifikan. Kondisi Spesifik Objek Penelitian Implementasi QRIS di Pasa Ateh Bukittinggi didukung oleh karakteristik pedagang yang mulai menyadari pentingnya digitalisasi ekonomi. Meskipun berada di lingkungan pasar tradisional, tingginya persepsi kemanfaatan dan kemudahan menunjukkan bahwa hambatan psikologis terhadap teknologi mulai berkurang, sehingga potensi pengembangan ekosistem pembayaran non-tunai di Bukittinggi sangat terbuka lebar.

REFERENCES

- Ahmad Habibi Ridwansyah, & Anggel Dwi Satria. (N.D.). Pengaruh Sektor Produk Domestik Regional Bruto (Basis Dan Non Basis) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7995>
- Al-Qur'an Dan Terjemahannya QS. Al-A'raf Ayat 31. (1982). Departemen Agama Republik Indonesia, Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an.
- Anggun Rahmawati. (N.D.). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3.
- Annisa Widianingrum. (N.D.). Hukum Islam Dan Penggunaan Uang Elektronik. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/anisa27122/5fa10805bbffde3774397d52/hukum-islam-dan-penggunaan-uang-elektronik>
- Dirwan, & Muhammad Idris Fitriana Latief. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 160.
- Dyah Ayu Paramitha, & Dian Kusumaningtyas. (2020). QRIS. Universitas Nusantara PGRI.
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2010). Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran. *NORA MEDIA INTERPRISE*.
- Fahmi, I. (2016). Perilaku Konsumen: Teori Dan Aplikasi. Alfabeta.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi COVID-19. [Sumber Tidak Lengkap].

- Imam Ghozali. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS 21. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jesica Juni Wulandari. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Perilaku Konsumen Untuk Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Pada Konsumen Starbucks Cabang Gambir). [Jurnal Tidak Spesifik], 9-26.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi 2021). BPFE Yogyakarta.
- Jurnal Akuntansi Dan Pajak, Et Al. (N.D.). Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Pada Era COVID-19 Di Provinsi Lampung. [Http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jap](http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jap)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi Keempat. (N.D.). Departemen Pendidikan Nasional. <https://doi.org/10.30598/ljcr.2019.7-Ptb>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (Jilid 1, Edisi 13, Terjemahan Bob Sabran). Erlangga.
- Lailatul Hikmah. (2018). Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Efisiensi Pembayaran Transportasi Di Wilayah Jabodetabek: Studi Kasus Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta [Skripsi]. FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Mailo, P. N., Dkk. (N.D.). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS Sebagai Metode Transaksi Di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero). Jurnal Ilmiah Global Education, 5(4), 2714.
- Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantara, Dkk. (2020). Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi Di Era Digital. Yayasan Kita Menulis.
- Nisa, R. C., & Pratiwi, D. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis, 18(1), 45-62.
- Novianti, & Asron Saputra. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Victoria Tiban. Eco-Buss, 6(1), 66-78. <https://doi.org/10.32877/Eb.V6i1.656>
- Nugroho J. Setiadi. (2005). Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media.
- Oktoviana Banda Saputri. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. Kinerja, 17(2), 237-247.
- Priambodo, A., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Adopsi Teknologi (Adaptasi Davis Et Al.). Jurnal Manajemen Teknologi Informasi, 12(1), 20-35.
- Putri, A. S., & Santoso, B. (2025). Analisis Persepsi Kemudahan Dan Keamanan Penggunaan QRIS Di Kalangan Generasi Z. Jurnal Al-Zayn: Ekonomi Syariah, 5(2), 112-128.
- Putri, S. L., & Rahmawati, M. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Perilaku Konsumen Pada Era Post-Pandemi. IDENTIK: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 2(1), 158-165.