

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Adinda, M. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital*. 1(1), 167–176.
- Agung Suprayitno, Siti Rochaeni, R. P. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo*. 9(2).
- Akmal Nashren Abd Malik dan Sharifah Nurafizah Syed Annuar. (2019). *The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust and Perceived Risk Toward E-Wallet Usage*. 5.
- Amaliah, F. R. dan I. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat di Kota Bandung terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard*. 256–263.
- ANDI FAISAL BAHARI, M. A. (2018). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata*. 5(1), 69–78.
- Arief, A. dan E. (2017). *Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial Di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau*. 28(2).
- Asmoro, H. K. dan W. K. (2020). *Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam Hendra*. 4(2), 141–163.
- Badruzaman, D. (2021). *Analisis Preferensi Nasabah Bank Bri Syari ' Ah Kantor Cabang Ciamis Terhadap Atribut Produk Penghimpunan Dana*. 3(1), 1–9.
- Catur Sugeng Priyambodo, Hary Sastryawanto, D. T. H. (2019). *Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Di Pasar Keputran Utara, Surabaya*. 19(1), 85–103.
- Dewi Suliyanthini, Mahdiyah, D. U. (2022). *Hubungan Pengetahuan Fast Fashion Dengan Preferensi Pembelian Konsumen*. 5(3), 205–214.
- Erinda, A., & Sunarti, S. K. (n.d.). *Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*. 30(1), 87–95.
- Faradila Yolanda, M. (2022). *Pengaruh Pengetahuan, Usia, dan Siklus Hidup*

- Masyarakat Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat kota Padang)*. 24(2).
- Fitria, E. (2018). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat)*. 5(1), 1–14.
- Galih Aprilian Susanti, Nurul Qomariah, A. (2017). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Cangkir Klasik Jember*. 2(2), 154–167.
- Hasni, Dwi Agustyawati, D. P. (2021). *Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton*. 4(2), 144–149.
- Hudani, A. (2020). *Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian*. 1(2), 99–107.
- Ikram, H. N. dan M. A. (2013). *Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr Canon Di Kota Pekanbaru*. 9, 253–267.
- Imam Ahmad Adhi, Maria Goretti Wi Endang NP., P. S. (2016). *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Batu Secret Zoo Jawa Timur Park 2)*. 30(1), 35–43.
- Irwan, A. M. (2019). *Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secaraonline (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar)*. 1(2).
- Janti, S. (2014). *Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen*. 155–160.
- Joseph Dedy Irawan, E. A. (2018). *Pemanfaatan Qr-Code Sebagai Media Promosi Toko*. 1(2), 56–61.
- Karona Cahya Sesena, Titio Irwanto, E. P. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Griya Ib Hasanah Di Pt.Bank Bni Syariah Kantor Cabang Bengkulu*. 124–132.
- Kelvin Lee Yong Ming, Mohamad Jais, C. C. W. dan N. S. Z. (2020). *Factor*

- Affecting Adoption of E-Wallet in Sarawak*. 10(2), 244–256.
- Ketut Indah Pratiwi, K. M. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta*. 4(11), 3619–3645.
- Komalasari, N. (2018). *Sistem Pendukung Keputusan Kelaikan Terbang (SPK2T)*. 1–11.
- Mahyuni, I. W. A. S. dan L. P. (2020). QRIS Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921.
- Malita Puspa, D. (2022). *Determinan Penentu Keputusan Jamaah Masjid Membayarkan ZIS melalui Aplikasi QRIS (Studi Kasus Masjid Raya Bintaro Jaya)*.
- Mandey, J. B. (2013). *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*. 1(4), 95–104.
- Manurung, S. (2018). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Guru Dan Pegawai Terbaik Menggunakan Metode Moora*. 9(1), 701–706.
- Mardiatmoko, G. (2020). *Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L .]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of the Preparation of the Allometric Equation of Young Walnuts)*. 14(3), 333–342.
- Maria Andriani Halimah Pontoh, Frederik G. Worang, dan F. J. T. (2022). *The Influence Of Perceived Ease Of Use , Perceived Risk And Consumer Trust Towards Merchant Intention In Using Qris As A Digital Payment Method*. 10(3), 904–913.
- Martin Teddy Sihite and Kristoko Dwi Hartomo. (2020). *SWOT Analysis Quick Response Indonesian Standard (QRIS) As a Digital Payment System (Cashless) Towards Advanced Indonesia*. 7109–7120.
- Melisa Krisnawati, J. W. and T. W. (2021). The Effect Of Consumer Trust And Perceived Risk On E-Wallet Adoption: Consideration For Technology Startup Entrepreneurs. *Entrepreneur Dan Enterepreneurship*, 111–118.
- Mervin Angeline, F. A. (2018). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan*

- Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Profile Matching*. II(2), 45–51.
- Muhammad Anur Ridwan dan Fitra Dharma. (2022). *Factors Affecting the use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) with the Unified Theory of Acceptance and use of Technology Model*. 7(1).
- Nidia Qurrota A'yunin, A. dan T. R. S. (2020). *Preferensi Anggota Kelompok Tani Terhadap Penerapan Prinsip Enam Tepat (6t) Dalam Aplikasi Pestisida*. 1(3).
- Nurlaeli, I. (2017). *Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Di Banyumas*. 18(2).
- Nurutami, D. W. (2019). *Analisis Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Dan Produk Perbankan Syariah (Studi pada Pedagang Pasar Pondok Gede)*.
- Padmowati, R. de L. E. (2009). *Pengukuran Index Konsistensi Dalam Proses Pengambilan Keputusan Menggunakan Metode Ahp*. Semnasif, 80–84.
- Puteri Andira, M. R. dan C. Z. M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Faktor Pribadi, Dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 6(4).
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Reputation , Brand Competence , dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya*. 10(2).
- Riko Al Hakim, Ika Mustika, W. Y. (2021). *Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi*. 4(4), 263–268.
- Ruhamak, M. D. (2016). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsume Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merk Aqua (Studi kasus di UD Budi Jaya Kediri)*. 1(1), 38–49.
- Siti Aldhawaty Syam, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Zainal Ruma, Muhammad Ichwan Musa, dan S. H. (2022). *Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace*. 18(2), 73–79.
- Siti Solehah, S. L. R. (2019). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, Job Insecurity Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam*. 8(2), 210–239.

- Sunyigono, S. A. dan A. K. (2020). *Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu Pt Kembang Joyo. 1*, 186–199.
- Syafirah, Lisbeth Mananeke, J. J. R. (2017). *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. 5*(2), 245–255.
- Tiara, O. R. (2019). *Effect of Trust, Perceived of Use, Consumer Perception, and Behavior Intention on The Use of Digital Wallet Among Collage Students.*
- Vania Senggetang, Silvya L. Mandeny, S. M. (2019). *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. 7*(1).
- Veterinawati, D. (2013). *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Di Surabaya. 1*(3).
- Widya Wardhani, Ujang Sumarwan, L. N. Y. (2015). *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. VI*(1), 45–63.
- Wiratri Anindhita, Melisa Arisanty, D. R. (2016). *Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Transportasi Ojek Online. 2*, 712–729.
- Zubaidah Hanum, S. H. (2017). *Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. 06*(01), 37–43.

Ebook

- Ujang Sumarwan, Herien Puspitawati, A. H. dkk. (2019). *Riset Pemasaran Dan Konsumen* (3rd ed.). PT. Penerbit IPB Press.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). ALFABETA, CV.

Website

- Indonesia, B. (2022). *Kanal dan Layanan - Bank Indonesia. Bi.Go.Id.*
<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Indonesia, C. (2022). *Transaksi Uang Elektronik Melesat 35,79 Persen Kuartil III 2022.* Cnnindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/>