

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control: From Cognition to Behavior* (pp. 11–39). Springer. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2)
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfani Rizki Syahri, & Ariani Kurnia Rina. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris). *Edunomika*, 08(01), 1–8.
- Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2024). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 1–8.
- An, T., Xiao, J. J., Porto, N., & Cruz, L. (2025). Mobile payment, financial behavior and *financial anxiety*: a multi-group structural equation modeling study. *International Journal of Bank Marketing*, 43(3), 549-568.
- Anggraeni, D. A., Setiobudi, A., Teofilus, & Aristya Sandy, N. M. C. P. (2023). Analisis kepercayaan dan persepsi risiko produk terhadap keputusan pembelian online di e-commerce. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 19(3), 160–170.
- Archuleta, K. L., Dale, A., & Spann, S. M. (2013). *College Students and Financial Distress : Exploring Debt , Financial Satisfaction , and Financial anxiety*. (785), 50–62.
- Arnould, E. J., Price, L., & Zinkhan, G. M. (2004). *Consumers*. McGraw-Hill/Irwin.
- Bachri, A. A., Maulida, M., & Sari, Y. (2025a). Analyzing Influence Factors of Consumers Switching Intentions from Cash Payments to Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Digital Payments. *International Journal of Financial Studies*, 13(61), 1–19.

- Bachri, A. A., Maulida, M., & Sari, Y. (2025b). Analyzing Influence Factors of Consumers Switching Intentions from Cash Payments to Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Digital Payments. *International Journal of Financial Studies*, 13(61), 1–19.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2024*.
- Barnicle, B. J. (2021). *Financial anxiety*. Church Publishing, Inc.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>
- Burchell, B. J. (2003). *Identifying, describing and understanding financial aversion: Financial phobes*. University of Cambridge.
- Charity, C. M., & Sri, D. (2025). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 4(1), 17-28.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Erwinsyah, E., Ningsih, K. E., & Anjelita, K. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual teknologi pembayaran digital QRIS. *JEMI*, 23(1), 22–36.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived ease of use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OV. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 2(2), 85-93.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474.
- Febrianto, A., Hamijoyo, C., Nursalim, N., Sattwika, S., & Widjojo, H. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Pengalaman Berbelanja Sebelumnya Terhadap

- Keinginan Membeli Daring [Effect Of Risk Perception And Previous Shopping Experience On Buying Online]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 17(1), 131-141.
- Fermayani, R., & Egim, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Saat Terjadi Pandemi Covid-19 Di Bungus Teluk Kabung. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 251-264.
- Firdaus, M. (2024). Analisis penggunaan QRIS pada masyarakat di daerah. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 45–60.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Grable, J. E., Joo, S.-H., & Kruger, M. (2020). Risk tolerance and household financial behaviour: A test of the reflection effect. *IIMB Management Review*, 32(4), 402–412.
- Grable, J., Heo, W., & Rabbani, A. (2015). *Financial anxiety*, physiological arousal, and planning intention. *Journal of Financial Therapy*, 5(2), 1–18.
- Gultom, Y. J. J., Gusnardi, G., & Sari, F. A. (2025). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (QRIS) SEBAGAI METODE PEMBAYARAN. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(2), 573–583.
- Gupta, S., & Kim, H. W. (2007). The moderating effect of transaction experience on the decision calculus in on-line repurchase. *International journal of electronic commerce*, 12(1), 127-158.
- Harris, L. C., & Goode, M. M. H. (2004). The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: a study of online service dynamics. *Journal of Retailing*, 80(2), 139–158.
- Hidayanti, N., & Ariani, Z. (2025). Gaya Hidup Digital, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko: Faktor Penentu dalam Penggunaan Qris Sebagai Transaksi Digital. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 6(4), 707–715.

- Jusman, J., & Fauziah, I. (2024). *RECEPTIVENESS OF QRIS AS A DIGITAL PAYMENT AMONG*. 3(10), 718–728.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Intan, I., Layaman, & Busthomi, O. (2026). *Pengaruh aksesibilitas Shopee Pay Later terhadap keputusan pembelian promo flash sale dengan minat beli konsumen sebagai variabel intervening di Kota Cirebon*. *Journal of Golden Generation Economic*, 2(1), 677–693.
<https://doi.org/10.65244/jggeconomic.v2i2.726>
- Ma'nawiyah, Y., Harini, D., Sucipto, H., Indriyani, A., & Riono, S. B. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kepercayaan Konsumen dan Perilaku Risiko Keuangan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan QRIS di Era Digital*. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(3), 267–281.
- Mulyati, O. D. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Layanan Transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Umkm Di Jawa*. STIE YKPN Yogyakarta.
- Nasih, A. M. N., Gati, V., & Rahayu, S. (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), 302–316.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa*. *Ikraith-Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.

- Porges, S. W. (2011). *The polyvagal theory: Neurophysiological foundations of emotions, attachment, communication, and self-regulation*. WW Norton & Company.
- Pratiwi, E. R. (2025). Consumer Anxiety Management Strategies on Purchasing Decision Making Against the Impact of Digital Advertising In the E-Commerce Era. *International Journal Administration, Business & Organization*, 6(2), 1-15.
- Purnama, S., Bangun, C. S., & Faaroek, S. A. (2021). The effect of transaction experience using digital wallets on user satisfaction in millennial generation. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 5(2), 161-168.
- Putri, A. A. R., Antong, & Sultan. (2025). Pengaruh *Financial anxiety*, Literasi keuangan dan Self-control Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 18(1), 334–342.
- 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.
- Putri, R. A., Antong, A., & Sultan, S. (2025). Pengaruh *financial anxiety*, literasi keuangan, dan self-control terhadap pengambilan keputusan keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 334–342.
- Rahma, N. A., & Asikin, D. D. (2025). Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada platform TikTok Shop. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(10. B), 25-33.
- Ramadhana, N. F., & Kusumawati, E. (2026). Analisis persepsi mahasiswa tentang manfaat kemudahan, kepercayaan keamanan, pengalaman pengguna, literasi keuangan dan risiko transaksi terhadap penggunaan QRIS (Studi empiris mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(3), 2428–2440
- Ramdhani, M. A., Hidayah, A., Astuti, H. J., & Widhiandono, H. (2025). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, trust

- on the decision to use QRIS as digital payment. *International Journal of Business, Accounting, and Economics*, 4(5), 2463-2480
- Riskawati, I. (2025). *The Effect of Perceived Ease, Risk and Financial Literacy on the Use of QRIS as a Digital Payment in MSMEs*. 7(1), 155–176. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2025.7.1.26744>
- Rejeki, R. S., & Astuti, P. B. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 6(4), 592-612.
- Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. Com Di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 6(1), 365-376.
- Santosa, C. R., & Jatra, I. M. (2022). The Effect of Customer Experience, Online Review and Perceived Risk on the Decision Process Using Mobile Banking Applications. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 67-71.
- Saputra, A. A., Suhardi, & Akbar, J. (2025). The Effect of Digital Literacy, Trust in Security, and Transaction Costs on Optimizing the Utilization of QRIS in MSMEs with Ease of Use as an Intervening Variable. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(2), 141–149.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing*. The Free Press New York.
- Shapiro, G. K., & Burchell, B. J. (2012). Measuring *financial anxiety*. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 5(2), 1–12.
- Swaim, E. (2022). *Money Anxiety Is Common, But You Don't Have to Handle It Alone*. Healthline. <https://www.healthline.com/health/anxiety/money-anxiety>
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2016). *EBOOK: Services Marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw Hill.