

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP
PREFERENSI PENGGUNAAN QRIS
THE EFFECT OF TRUST AND EASE OF ACCESS ON QRIS USAGE PREFERENCES**

Alfita Rahmandini¹, Nurjihan², Revina Julianti³, Rina Septiana Aristami⁴

Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika

Correspondence		
Email:	No. Telp:	
Submitted 28 Juni 2025	Accepted 1 Juli 2025	Published 2 Juli 2025

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi seberapa besar dampak dari faktor kepercayaan dan kemudahan dalam mengakses layanan terhadap pilihan pengguna dalam memanfaatkan sistem penggunaan pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan model hubungan asosiatif. Data diperoleh dari 111 responden melalui survei daring dengan teknik regresi linear berganda. Dari analisis ini mengungkapkan bahwa kedua variabel (Kepercayaan dan Kemudahan Akses) memiliki pengaruh sebesar 72,3% kecenderungan individu memilih QRIS sebagai metode pembayaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan serta kemudahan akses menjadi faktor penting dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran digital.

Kata Kunci: QRIS, Kepercayaan, Kemudahan Akses, Preferensi Pengguna, Pembayaran Digital

ABSTRACT

This study evaluates the impact of trust and ease of access to services on user choices in utilizing the QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) payment system. The study was conducted with a quantitative approach and using an associative relationship model. Data were obtained from 111 respondents through an online survey using multiple linear regression techniques. This analysis revealed that the two variables (Trust and Ease of Access) had an influence of 72.3% on the tendency of individuals to choose QRIS as a digital payment method. This finding shows that trust and ease of access are important factors in people's decisions to use QRIS as a means of digital payment.

Keywords: QRIS, Trust, Ease of Access, User Preference, Digital Payment

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang pesat telah mendorong munculnya berbagai inovasi dari sektor industri, khususnya dalam bidang *Finance Technology* (Fintech). Pada 17 Agustus 2019 salah satu wujud dari inovasi Bank Indonesia adalah diperkenalkannya QRIS. Inisiatif ini merupakan upaya dalam menjawab kebutuhan masyarakat akan sistem transaksi yang efisien, sederhana, terjangkau, aman, dan dapat diandalkan. Melalui QRIS proses pembayaran menjadi lebih praktis.

Data dari Tempo.co menunjukkan tren positif dalam penggunaan QRIS. BI mencatat volume transaksi QRIS mencapai 2,6 miliar, tumbuh 169,1% secara tahunan, dengan nilai Rp 262,1 triliun, tumbuh 148,2% secara tahunan per Maret 2025. QRIS melibatkan 38,1 juta pedagang dan 56,3 juta pengguna, meningkat dari 55 juta pengguna dan 36 juta pedagang pada akhir 2023. QRIS menjadi *game changer* dalam ekosistem pembayaran Indonesia, terutama di kalangan Generasi Milenial dan Z.

Keamanan dan kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor penting yang memengaruhi preferensi pengguna. Penelitian sebelumnya oleh Seputri & Yafiz (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan dalam menggunakan QRIS meningkatkan kepuasan konsumen dalam transaksi non-tunai. Meskipun QRIS menawarkan kemudahan dan keamanan yang diawasi oleh lembaga negara, beberapa masyarakat masih ragu karena kekhawatiran kebocoran data atau kesulitan teknis. Berdasarkan kondisi tersebut, kami meneliti untuk mengetahui seberapa besar dampak dari kepercayaan serta kemudahan akses terhadap kecenderungan dalam menggunakan QRIS.

Rumusan Masalah

Sejauh mana pengaruh kepercayaan dan kemudahan menggunakan QRIS terhadap preferensi pengguna QRIS?

Tujuan Penelitian

- Untuk menilai pengaruh variabel kepercayaan pada keputusan pengguna dalam variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS.
- Untuk menilai sejauh mana kemudahan akses terhadap preferensi penggunaan QRIS.
- Untuk menganalisis dampak gabungan antara kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap kecenderungan masyarakat dalam menggunakan QRIS.

Manfaat Penelitian

- Meningkatkan pemahaman teoritis terhadap konsep kepercayaan, kemudahan penggunaan dan preferensi dalam konteks teknologi pembayaran digital seperti QRIS.
- Melatih keterampilan penelitian ilmiah, seperti Menyusun rumusan masalah, penyusunan kuisisioner, analisis hasil, hingga penyusunan laporan penelitian yang sistematis dan akademis.
- Mendukung penyelesaian tugas *Project Based Learning* (PBL) sekaligus memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap peran sistem informasi dalam pengambilan keputusan bisnis berbasis teknologi.

Metodologi Penelitian

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan model hubungan asosiatif. Metode ini dipilih untuk mengetahui hubungan antara dua variabel *independen* (kepercayaan) dan (kemudahan akses) dengan satu variabel *dependen* yaitu preferensi penggunaan QRIS. Jenis penelitian asosiatif ini tepat digunakan untuk mengeksplorasi sejauh mana pengaruh antar variabel

Populasi dan Sampel

Objek dalam studi ini adalah semua individu yang telah menggunakan layanan QRIS. Jumlah sampel yang digunakan adalah 111 responden, yang dianggap representatif untuk dianalisis.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan menggunakan *platform Google Form*. Pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator yang sesuai dengan masing-masing variabel penelitian. Distribusi kuesioner dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp.

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan kemudian dianalisis dengan metode regresi linear berganda. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS guna memperoleh data yang lebih akurat dan objektif.

TINJAUAN PUSTAKA**Konsep Dasar QRIS**

QRIS merupakan sistem pembayaran *non tunai* yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dengan tujuan utama dari pengembangan QRIS adalah untuk menyederhanakan proses transaksi. Melalui QRIS, berbagai metode pembayaran dapat dilakukan hanya dengan satu kode QR, meskipun alat pembayarannya berbeda-beda. Selain digunakan untuk transaksi dalam negeri, QRIS juga mendukung pembayaran internasional menggunakan mata uang lokal guna menjaga kestabilan makro ekonomi nasional. Proses transaksi QRIS melibatkan berbagai pihak, seperti Penyedia Jasa Pembayaran (PJP), Lembaga Switching, Lembaga Standar, serta Pengelola National Merchant Repository. Dana yang digunakan dalam transaksi bisa berasal dari tabungan, kartu debit, kartu kredit, kredit konsumtif, maupun uang elektronik berbasis

server. Terdapat dua cara penggunaan QRIS, yaitu Merchant Presented Mode (MPM) dan Customer Presented Mode (CPM).

Teori Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan elemen penting dalam keberhasilan bisnis dan dapat mengembangkan minat pelanggan dalam memutuskan merek atau produk yang akan dibeli (Dharma et al., 2022). Konsumen sangat bergantung pada kepercayaan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan QRIS. Dalam konteks ini, kepercayaan berarti sistem dan teknologi digital dapat memfasilitasi keamanan dan kerahasiaan konsumen dalam sistem transaksi QRIS (Seputri & Yafiz, 2022). Kepercayaan konsumen adalah indikator yang diinginkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan bisnis dengan menciptakan rasa nyaman yang sesuai dengan keinginan konsumen (Jasmine & Khoiri, 2023).

Kemudahan Akses Menggunakan QRIS

Kemudahan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem tanpa kesulitan memahami dan tidak membuat banyak usaha (Dwi Aprianti et al., 2023). Analisis keefektifan transaksi pembayaran menggunakan QRIS mengacu pada teori TAM (Technology Acceptance Model). QRIS mendorong pelaku UMKM dalam perkembangan bisnis serta memberikan kemudahan dalam pembayaran kepada penjual dan pembeli (Buluati et al., 2023).

Preferensi Konsumen

Keputusan konsumen dalam menggunakan suatu layanan adalah tindakan untuk memilih langkah terbaik berdasarkan proses penelusuran dan identifikasi masalah (Dwi Aprianti et al., 2023). Persepsi konsumen terhadap produk akan membentuk preferensi (Munandar et al., 2012; Andriyanty & Wahab, 2019). Preferensi konsumen merupakan selera subyektif dengan mengacu pada tingkat kegunaan atas konsumsi produk atau jasa. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengguna QRIS memilih metode ini karena persepsi manfaat, risiko, dan kepercayaan (Alfani Rizal Syahri & Ariani Kurnia Rina, 2023).

Hipotesis

- H01: Tidak adanya pengaruh antara Kepercayaan dan Kemudahan Akses terhadap preferensi penggunaan QRIS.
- H02: Kepercayaan dan Kemudahan Akses secara signifikan memengaruhi preferensi penggunaan QRIS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Data

A. Uji Instrumen

Uji Validitas :

Berdasarkan pengujian validitas yang dilakukan, seluruh variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan Akses (X2), dan Preferensi Penggunaan (Y) memiliki validitas yang tinggi.

Correlations						
		Kepercayaan_X1.1	Kepercayaan_X1.2	Kepercayaan_X1.3	Kepercayaan_X1.4	Kepercayaan_X1.5
Kepercayaan_X1.1	Pearson Correlation	1	.763**	.666**	.727**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111
Kepercayaan_X1.2	Pearson Correlation	.763**	1	.742**	.770**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111
Kepercayaan_X1.3	Pearson Correlation	.666**	.742**	1	.729**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111	111
Kepercayaan_X1.4	Pearson Correlation	.727**	.770**	.729**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111	111
Kepercayaan_X1.5	Pearson Correlation	.667**	.733**	.704**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111	111
Variabel_Kepercayaan_X1	Pearson Correlation	.862**	.911**	.872**	.899**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		Kemudahan_Akses_X2.1	Kemudahan_Akses_X2.2	Kemudahan_Akses_X2.3	Kemudahan_Akses_X2.4	Kemudahan_Akses_X2.5	Variabel_Kemudahan_Akses_X2
Kemudahan_Akses_X2.1	Pearson Correlation	1	,833**	,593**	,631**	,732**	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Kemudahan_Akses_X2.2	Pearson Correlation	,833**	1	,587**	,685**	,705**	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Kemudahan_Akses_X2.3	Pearson Correlation	,593**	,587**	1	,586**	,630**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Kemudahan_Akses_X2.4	Pearson Correlation	,631**	,685**	,586**	1	,733**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Kemudahan_Akses_X2.5	Pearson Correlation	,732**	,705**	,630**	,733**	1	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	111	111	111	111	111	111
Variabel_Kemudahan_Akses_X2	Pearson Correlation	,881**	,888**	,785**	,850**	,888**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	111	111	111	111	111	111

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		Preferensi_Penggunaan_Qris_Y1	Preferensi_Penggunaan_Qris_Y2	Preferensi_Penggunaan_Qris_Y3	Preferensi_Penggunaan_Qris_Y4	Preferensi_Penggunaan_Qris_Y5	Variabel_Preferensi_Penggunaan_Qris_Y
Preferensi_Penggunaan_Qris_Y1	Pearson Correlation	1	,747**	,795**	,743**	,728**	,897**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Preferensi_Penggunaan_Qris_Y2	Pearson Correlation	,747**	1	,815**	,751**	,699**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Preferensi_Penggunaan_Qris_Y3	Pearson Correlation	,795**	,815**	1	,769**	,673**	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Preferensi_Penggunaan_Qris_Y4	Pearson Correlation	,743**	,751**	,769**	1	,736**	,890**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	111	111	111	111	111	111
Preferensi_Penggunaan_Qris_Y5	Pearson Correlation	,728**	,699**	,673**	,736**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	111	111	111	111	111	111
Variabel_Preferensi_Penggunaan_Qris_Y	Pearson Correlation	,897**	,903**	,911**	,890**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	111	111	111	111	111	111

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

• Uji Reliabilitas :

Pengujian ini memiliki ketentuan bahwa nilai lebih besar dari 0,60 yang menandakan bahwa instrumen tersebut reliabel. Pada hasil uji reliabilitas dibawah ini menyatakan bahwa variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan Akses (X2), dan Preferensi Penggunaan (Y) memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, sehingga konsisten jika digunakan kembali.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,823	6

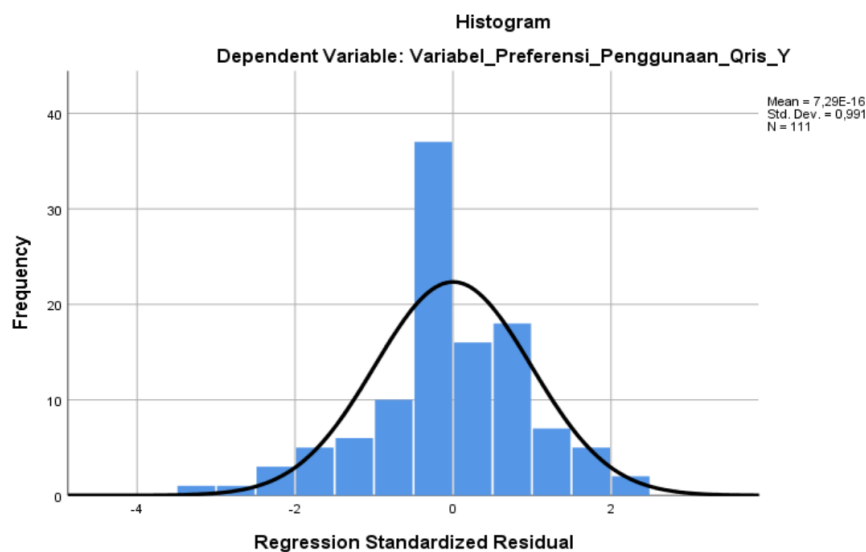
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,819	6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,824	6

B. Uji Asumsi Klasik

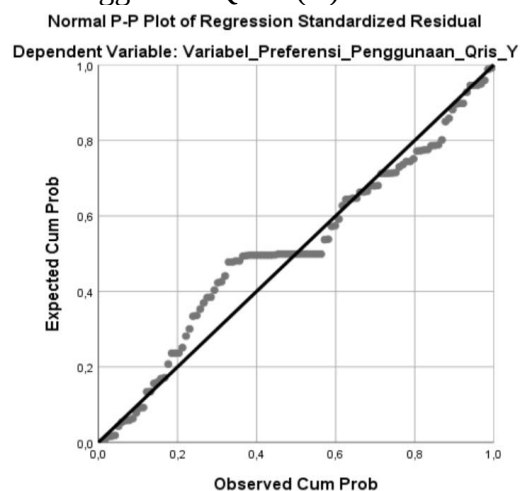
Uji Normalitas :

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode grafik *histogram standardized regression residual* dan *normal probability plots*. Data dapat dinyatakan normal apabila grafik histogram membentuk lonceng sempurna



Gambar 3.1.7: Hasil Uji Normalitas Metode Histogram Standardized Regression Residual

Hasil dari uji normalitas mode grafik historgram tersebut membentuk lonceng. Residual dari model regresi yang melibatkan Kepercayaan (X1), Kemudahan Akses (X2), dan Preferensi Penggunaan QRIS (Y) terdistribusi secara normal.



Gambar 3.1.8 : Hasil Metode Grafik Normal Probability Plots

Hasil dari uji normalitas metode grafik normal *probability plots*, dikatakan berdistribusi normal dikarenakan titik-titik menyebar dekat garis diagonal tanpa penyimpangan besar.

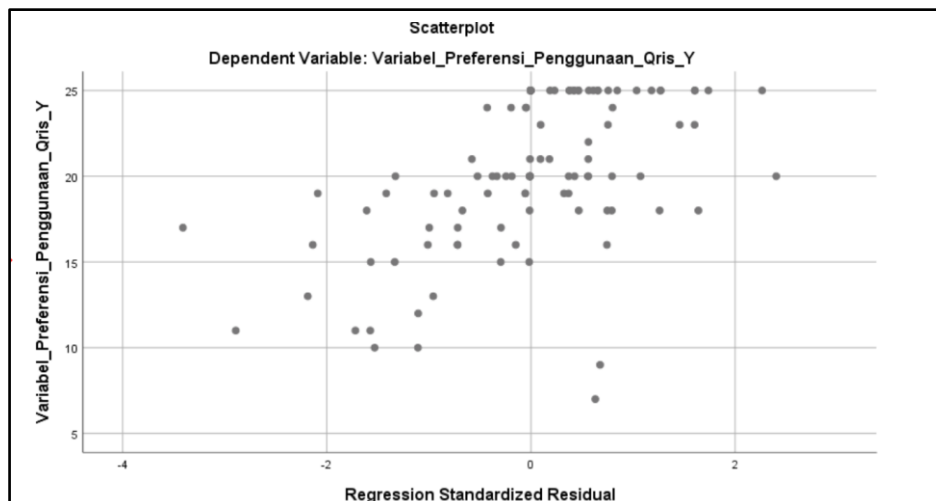
- **Uji Multikolinearitas :**

Hasil analisis menunjukkan variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan Akses (X2), sehingga tidak terdapat multikolinearitas yang signifikan, dikarenakan sesuai dengan ketentuan uji multikolinearitas.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,090	1,283		,070	,944					
	Variabel_Kepercayaan_X1	,446	,090	,429	4,977	,000	,805	,432	,252	,345	2,895
	Variabel_Kemudahan_Akses_X2	,550	,102	,466	5,406	,000	,812	,461	,274	,345	2,895

a. Dependent Variable: Variabel_Preferensi_Penggunaan_Qris_Y

- Uji Heteroskedastisitas: Berdasarkan *scatterplot*, sebaran residual tampak acak dan tidak membentuk pola, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala atau sampel bersifat homogen.



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,090	1,283		,070	,944					
	Variabel_Kepercayaan_X1	,446	,090	,429	4,977	,000	,805	,432	,252	,345	2,895
	Variabel_Kemudahan_Akses_X2	,550	,102	,466	5,406	,000	,812	,461	,274	,345	2,895

a. Dependent Variable: Variabel_Preferensi_Penggunaan_Qris_Y

Hasil analisis heteroskedastisitas metode glejser diketahui kedua variabel dapat disimpulkan bahwa data yang diteliti memiliki gejala heteroskedastisitas dalam model regresi Preferensi Penggunaan QRIS. Terdapat indikasi bahwa variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan Akses (X2) memiliki pengaruh terhadap besarnya galat (residual).

- **Uji Autokorelasi:**

Berdasarkan nilai uji sebesar 2,136 lebih besar dari batas atas dU sebesar 1,727 dan dL sebesar 1,654 sehingga terdapat autokorelasi dalam data.

C. Uji Hipotesis**- Uji T**

Variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai t-hitung = 4,977 dan Variabel Kemudahan (X2) memiliki nilai t-hitung = 5,406. Kedua nilai ini lebih besar dari t-tabel (1,6587) dan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kemudahan akses secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi penggunaan QRIS.

- Uji F

Hasil pengujian bahwa seluruh variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) berpengaruh simultan terhadap Preferensi Penggunaan QRIS (Y). Nilai F-hitung = 141,169, F Tabel = 3,08 dengan signifikansi $< 0,05$,

D. Uji Analisis Regresi Berganda

Nilai R Square sebesar 0,723, dengan arti 72,3% variasi dalam preferensi penggunaan QRIS dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan kemudahan akses.

Pembahasan

- Pengaruh Kepercayaan terhadap Preferensi Penggunaan QRIS menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem QRIS, termasuk dari sisi keamanan dan keandalan, maka semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.
- Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Preferensi Penggunaan QRIS Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan QRIS juga menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan pengguna. Ini selaras dengan prinsip TAM yang menyebutkan bahwa persepsi kemudahan sangat memengaruhi penerimaan terhadap teknologi baru.
- Pengaruh Simultan Kedua Variabel. Kepercayaan dan Kemudahan Akses bersama-sama memiliki dampak signifikan terhadap preferensi penggunaan QRIS, dengan kontribusi sebesar 72,3%. Artinya, kombinasi kedua variabel ini memainkan peran besar dalam mendorong masyarakat beralih ke pembayaran digital melalui QRIS.

KESIMPULAN

- Kepercayaan memberikan pengaruh yang nyata dan positif terhadap Preferensi Penggunaan QRIS. Semakin tinggi kepercayaan terhadap aspek keamanan, keandalan, dan integritas sistem, maka semakin tinggi juga keinginan pengguna untuk memakai sistem QRIS dalam transaksi sehari-hari.
- Kemudahan akses juga terbukti berkontribusi secara signifikan dan positif terhadap Preferensi Penggunaan QRIS. Hal ini sesuai dengan model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan adalah salah satu penentu utama dalam penerimaan teknologi. QRIS yang praktis, mudah digunakan, dan tidak memerlukan proses rumit mendorong pengguna untuk memilih sistem ini dibandingkan metode pembayaran lainnya.
- Secara bersamaan, kedua variabel berpengaruh terhadap pengguna dalam memilih QRIS sebagai alat pembayaran digital. Besarnya pengaruh ini mencapai sebesar 72,3% artinya kedua faktor tersebut merupakan komponen penting yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih QRIS sebagai metode pembayaran digital.

SARAN

Penyedia layanan QRIS disarankan untuk terus mengembangkan sistem yang lebih aman, praktis, dan mudah digunakan, guna meningkatkan tingkat kepercayaan serta kenyamanan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani Rizal Syahri, & Ariani Kurnia Rina. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS). *Edunomika*, 08(01).
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(2), 280–296. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4694>
- Baharuddin, Said, H. A., Sari, I., Syam, F. O., Anugerah, T., & Fatimah, P. I. (2022). Pengaruh Persepsi dan Kepercayaan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa STIEM Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 33–53.
- Bank Indonesia. (2025). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). [https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/QRI S/default.aspx](https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/QRI/S/default.aspx). Diakses pada 18 Mei 2025
- Buluati, R., Karundeng, D. R., Suyanto, M. A., & Manajemen, P. M. (2023). Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi. 75(2). <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/whn>
- Dharma, B., Auliyani, M., Nuril, N., Manik, A., William, J., Ps, I. V., Estate, M., Percut, K., & Tuan, S. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS KOTA MEDAN). In *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)* (Vol. 1, Issue 4).
- Dwi Aprianti, R., Alhadi, E., & Badri, M. (2023). The Effect of Convenience And Security on Customer Decisions in Using Qris Livin' by Mandiri at Bank Mandiri. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 3(2). <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Jasmine, & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Online di Tiktok. *ECo-Buss*, 6(2). <https://databoks.katadata.co.id>.
- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(02), 139. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v10i02.5259>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.