

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. Action control: From cognition to behavior*. New Jersey: Prantice-Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squaries (PLS) (Ed. 4)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. Canada: John Wiley & Sons.
- Hague, C. (2017). *Digital Literacy Across the Curriculum*. Bristol: Futurelab.
- Hartono, J. M., & Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Karpati, A. (2011). *Digital Literacy in Education*. New York: UNESCO.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation Global*. New York: Pearson.
- Peter, J. & Olson, J. C. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2013). *Consumer Behavior (8 ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat: Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, H. G. (2015). *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Zhihong, W., & Haomin, L. (2016). *Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment*

Jurnal

- Agustina, K. E., & Musmini, L. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Studi Pada Generasi Z di Provinsi Bali). *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(2), 127–137. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i02.49376>
- Anisa, N., & Sitohang, H. T. (2021). Perilaku Konsumen Strategi dan Teori. *IOCS Publisher*.
- Asnawi, H. F., & Sarkiah. (2014). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Dana Tabungan Simpatik Bank Syariah Mandiri KCP Kapuas Melalui Kerjasama Antarsekolah. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 5(1), 1–9.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Effendi, N., Budiono, Priyono, A. F., Sapulette, M. S., & Dewi, V. I. (2021). Pelatihan Literasi Keuangan Digital Kepada Pengusaha Mikro di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.20956/pa.v6i1.12656>
- Erwinsyah, E., Ningsih, K. E., S, S., & Anjelita, K. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Teknologi Pembayaran Digital QRIS. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(1), 22–36. <https://doi.org/10.53640/jemi.v23i1.1337>
- Gong, M., Xu, Y., & YuechengYu. (2004). An Enhanced Technology Acceptance Model For Web-Based Learning. *Journal of Information Systems Education*, 15(4), 365–374.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long range planning*, 46(1–2), 1–12.
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. In *Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)*. Paris, France: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.20>

- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Tan, G. W.-H., & Ooi, K.-B. (2013). Predicting the Determinants of The NFC-Enabled Mobile Credit Card Acceptance: A Neural Networks Approach. *Expert Systems with Applications*, 40(14), 5604–5620. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2013.04.018>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
- Ndubisi, N. O., Malhotra, N. K., & Wah, C. K. (2008). Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty: A Theoretical and Empirical Analysis From an Asian Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 21(1), 5–16. <https://doi.org/10.1080/08961530802125134>
- Nurdien, F. G., & Galuh, A. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Menggunakan QRIS BSI Mobile (Studi Kasus Gen Z di Kota Malang). *Islamic Economics and finance in Focus*, 2(4), 588–601.
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2004). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37–59.
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *Jurnal Harian Regional*, 1(1), 859–872.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Digital. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 237–247. <https://doi.org/10.30872/jkin.v17i2.7355>
- Shasanti, A., & Bagana, B. D. (2024). Preferensi Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Digital (Studi Kasus: Konsumen Burjo dan Warmindo di Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3259–3272. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4430>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384>
- Silaen, M. F., Manurung, S., & Nainggolan, C. D. (2021). Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1574–1581. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.313>
- Techataweewan, W., & Prasertsin, U. (2018). Development of Digital Literacy Indicators For Thai Undergraduate Students Using Mixed Method Research. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 215–221. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.001>

- Teo, T., Lee, C. B., & Chai, C. S. (2008). Understanding Pre-Service Teachers' Computer Attitudes: Applying and Extending The Technology Acceptance Model. *Journal of Computer Assisted Learning*, 24(2), 128–143. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2007.00247.x>
- Warshaw, P. R., & Davis, F. D. (1985). Disentangling Behavioral Intention and Behavioral Expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21(3), 213–228. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(85\)90017-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(85)90017-4)
- Yusnidar, Y., Samsir, S., & Restuti, S. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru. *Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12).

Sumber Lainnya

- Sati, R. A. S., & Ramaditya. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen yang Menggunakan Metland Card)*. Skripsi. STIE Indonesia.
- Siregar, D. S. (2021). *Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS)*. Skripsi. IAIN Padangsidempuan.
- Zhihong, W., & Haomin, L. (2016). *Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study*. Thesis. UPPSALA Universitet.