

PENGUNAAN QRIS SEBAGAI STRATEGI PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAAN & KEPERCAYAAN DI ERA MODERN

Talitha Dwi Yumna Rudiantna¹, Mulya H. Zain Putuhena², Putri Arizah Pratiwi³

^{1,2,3}Universitas Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

talithadwiy@gmail.com mulmulputuhena@gmail.com putriarizah7@gmail.com

Received: 29-11-2025

Revised: 12-12-2025

Approved: 25-12-2025

ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah mendorong transisi pembayaran manual ke digital, di mana Quick Response Code Indonesian Standard atau QRIS menjadi instrumen penting dalam ekosistem mata uang digital di Indonesia. Efisiensi, kemudahan, dan keamanan yang ditawarkan QRIS diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh parsial dan simultan dari variabel Kepercayaan (X_1) dan Kepuasan (X_2) terhadap Keputusan menggunakan QRIS (Y) di era pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen yang menggunakan QRIS di berbagai industri di Jawa Tengah. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari sekitar 100 responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F . Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Kepercayaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan QRIS (Y), dibuktikan dengan $t_{hitung} 6,380 > t_{tabel} 1,669$ dan signifikansi $0,001 \leq 0,05$. Secara parsial, variabel Kepuasan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan QRIS (Y), dibuktikan dengan $t_{hitung} 4,372 > t_{tabel} 1,669$ dan signifikansi $0,001 \leq 0,05$. Hasil analisis regresi linear berganda $\{Y = 0,653 + 0,562 X_1 + 0,385 X_2\}$ menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan dan positif memengaruhi Keputusan menggunakan QRIS. Kepercayaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dengan koefisien 0,562 dibandingkan Kepuasan dengan koefisien 0,385 dalam meningkatkan keputusan pengguna QRIS.

Kata kunci: QRIS, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Pembayaran Digital.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi memungkinkan bisnis untuk melakukan perubahan, terutama dalam proses peralihan dari metode pembayaran manual ke digital. QRIS sangat penting bagi perkembangan mata uang digital di Indonesia (Sihaloho 2020). Banyak industri telah mengubah cara pelanggan berbisnis karena kemajuan teknologi informasi, salah satu contohnya adalah penggunaan sistem pembayaran digital (Hana and Kusumawati 2024). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah metode pembayaran digital yang memudahkan transaksi tanpa perlu uang tunai atau uang fisik, sehingga pelanggan dapat membayar dengan cepat dan aman (Suhendra and Laraskana 2024).

Selain menguntungkan pelanggan, QRIS juga merupakan alat yang bermanfaat bagi bisnis untuk memenuhi kebutuhan transaksi digital modern. Menurut penelitian (Suliah and Pabulo 2023), efisiensi, kemudahan penggunaan, dan keamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital berkontribusi pada peningkatan belanja konsumen. Selain itu, loyalitas pelanggan yang tinggi dapat memengaruhi loyalitas mereka terhadap bisnis yang menyediakan layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang memengaruhi loyalitas pelanggan dan dapat dilihat melalui hubungan antara pelanggan dan bisnis (Kumillaella, Susilo, and Guntarayana 2025). Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya membantu meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian (Wulandari 2022) menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital, seperti QRIS, terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

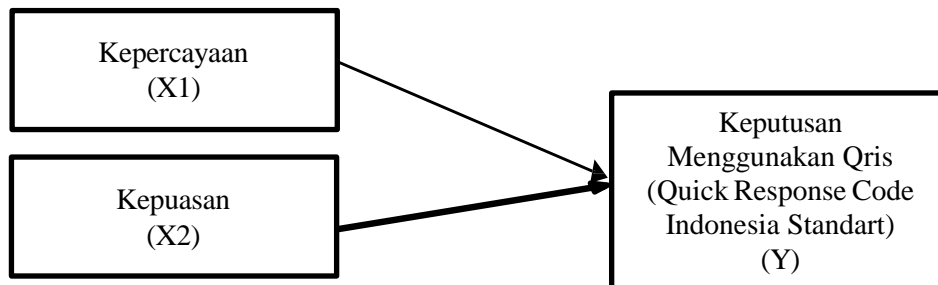
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana pemasangan QRIS memengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan di era digital, guna menunjukkan pentingnya sistem pembayaran digital dalam lingkungan bisnis saat ini. Untuk memahami hubungan antara pengguna QRIS, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan, kami akan menggunakan penelitian kuantitatif.

Perkembangan teknologi memaksa sebagian besar masyarakat untuk melakukan penyesuaian dalam interaksinya, termasuk dalam sistem pembayaran. Sistem pembayaran elektronik atau e-payment merupakan salah satu bentuk respon terhadap perkembangan teknologi (Muchtar et al. 2024). Pembayaran Digital adalah transaksi keuangan yang dapat dilakukan secara daring/melalui Internet tanpa menggunakan uang fisik (Rathnayake 2024). Pembayaran digital mencakup transaksi konsumen pribadi yang dilakukan untuk pembelian barang dan jasa di terminal penjualan (POS) atau di internet menggunakan aplikasi berbasis ponsel pintar. Secara global, pembayaran digital semakin lazim dan diperkirakan mencapai ukuran pasar sebesar USD 9,42 triliun (Pathak 2024). Bank Indonesia juga tengah mengembangkan layanan pembayaran elektronik berbasis *Quick Response Code* (QR Code) dengan nama *Quick Response Code Standar Indonesia* (QRIS). QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan aman. Model pembayaran QRIS memberikan keuntungan baik bagi konsumen maupun pedagang. Konsumen yang menggunakan transaksi QRIS akan mendapatkan manfaat berupa kecepatan layanan, keamanan, non-tunai, dan kepraktisan (Muchtar et al. 2024).

Saat ini, terdapat tiga jenis QRIS yang dikembangkan di Indonesia dan dapat diadopsi oleh pedagang, yaitu Merchant Presented Mode (MPM) statis, Merchant Presented Mode (MPM) dinamis, dan Customer Presented Mode (CPM). QRIS MPM statis merupakan e-payment QRIS yang paling mudah digunakan; pedagang hanya perlu memasang stiker atau print-out QRIS. Pengguna cukup memindai, memasukkan nominal, memasukkan PIN, dan klik bayar. Notifikasi transaksi langsung diterima oleh pengguna atau pedagang. Sementara itu, QRIS MPM Dinamis merupakan sistem pembayaran di mana QR diterbitkan melalui perangkat seperti mesin EDC atau ponsel pintar dan gratis. Pedagang harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan memindai QRIS yang ditampilkan atau dicetak. Sementara itu, Customer Presented Mode (CPM) merupakan QRIS yang ditujukan bagi pedagang yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir, dan ritel modern (Bank Indonesia, 2025).

Pandangan para ahli tentang kepuasan pelanggan tidak jauh berbeda satu sama lain, hanya saja tergantung dari sudut pandang mana hal tersebut dipandang. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap penggunaan suatu produk atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum digunakan. Kepuasan yang ditawarkan memiliki pengaruh yang luas dalam meningkatkan keuntungan. Dengan kata lain, jika pelanggan puas dengan pembelian, maka pelanggan tersebut akan: Loyal, Mengulang kembali pembelian produknya, Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut (Imran, Bado, and Solikhatun 2023). Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Konsumen yang loyal tidak diukur dari beberapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan

pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain untuk membeli (Sasongko 2021).



Hipotesis:

H1 : Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Menggunakan Qris (Y) H2 :
Pengaruh Kepuasan (X2) terhadap Keputusan Menggunakan Qris (Y)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan tujuan memungkinkan analisis data dengan metode statistik dan memberikan pandangan yang lebih objektif dan menyeluruh (Dudi Badruzaman 2024).

Desain penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatori yang berguna untuk mengidentifikasi korelasi antara variabel independen, dan dependen (Dr. H. Iskandar, M.M, Dr. Hj. Yeyen Suryani, M.Pd, Sri Mulyati 2025). Dalam hal ini Variabel Independen adalah penggunaan QRIS, variabel dependen, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

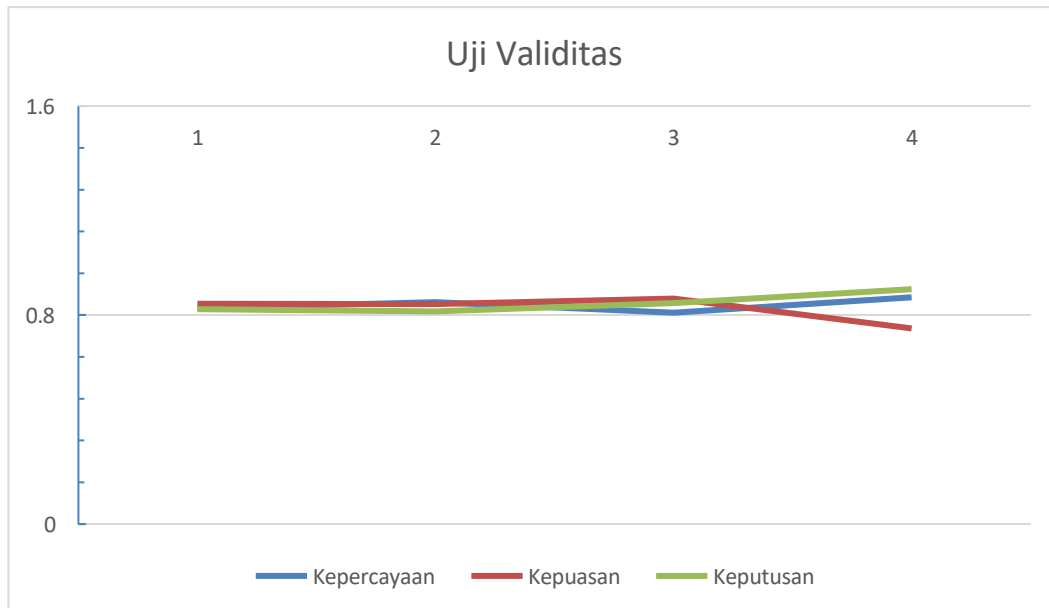
Populasi penelitian mengacu pada keseluruhan individu, objek, atau peristiwa yang menjadi fokus penyelidikan (Candra Susanto et al. 2024). Populasi dalam studi ini terdiri dari konsumen yang telah menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran di beberapa industri, termasuk restoran, toko ritel, dan platform e-commerce di Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan dengan metode sample acak. pengambilan sampel acak sederhana memastikan bahwa setiap individu memiliki peluang yang sama untuk dipilih (P and Dewi 2025). Ukuran sample ideal adalah sekitar 100 responden. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari tiga bagian utama: pertama, tentang penggunaan QRIS; kedua, tentang perilaku konsumen terkait kemudahan, keamanan, dan kecepatan penggunaan QRIS; dan ketiga, tentang loyalitas pelanggan, Kuesioner ini menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengevaluasi setiap pernyataan. Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring yang dikirimkan kepada responden melalui berbagai kanal digital dan platform media sosial, serta melalui distribusi langsung di lokasi-lokasi yang umumnya menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

Analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 25.0. Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan untuk memastikan instrumen yang digunakan dapat mengukur variabel penelitian secara akurat dan konsisten. Teknik analisis data meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan penggunaan QRIS, serta analisis regresi linear berganda untuk menguji dampak penggunaan QRIS terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Hipotesis diuji menggunakan uji t untuk mengamati pengaruh parsial dan uji f untuk menilai pengaruh simultan penggunaan QRIS terhadap kedua variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df). $Df = n-2$ dengan alpha 5% (0,05). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan 2020). Hasil analisis output perhitungan uji validitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini.



Nilai R_{hitung} rata rata 0,8 dimana nilai R_{tabel} 0,195 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner valid pertanyaan tersebut dibuktikan dengan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Suatu variabel dapat dikatakan *reliable* Ketika memiliki *Alpha Cronbach* lebih dari 0,7 (Ghozali 2023). Diketahui *Alpha Cronbach* hitung adalah 0,960. Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan sudah *reliable*.

2. Hasil Uji Hipotesis

Tujuan dari pengujian ini adalah mengetahui apakah faktor- faktor independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil pengujian ditampilkan pada kolom sig pada tabel anova. Jika nilai sig kurang dari 0,05, maka

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1071.547	2	535.773	224.936	<,001 ^b
	Residual	231.043	97	2.382		
	Total	1302.590	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan

menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

Sumber: Data primer yang diolah, 2025.

Tabel menunjukkan nilai signifikansi uji F sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa setiap variabel bebas (independent) dalam penelitian ini mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara simultan.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.653	.751		.870	.387
	Kepercayaan	.562	.088	.556	6.380	<.001
	Kepuasan	.385	.088	.381	4.372	<.001

a. Dependent Variable: Loyalitas

1) Variabel Kepercayaan (X_1)

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas pada tabel diatas diperoleh t_{hitung} sebesar $6,380 > t_{tabel}$ 1,669 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada pengaruh antara variabel Kepuasan terhadap keputusan pengguna QRIS Hal ini juga dibuktikan oleh taraf signifikansi sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna QRIS. Dari keterangan tersebut maka hipotesis yang diajukan diterima.

2) Variabel Kepuasan (X_2)

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas pada tabel diatas diperoleh t_{hitung} sebesar $4,372 > t_{tabel}$ 1,669 maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berarti ada pengaruh antara variabel Kepuasan terhadap keputusan pengguna QRIS Hal ini juga dibuktikan oleh taraf signifikansi sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna QRIS. Dari keterangan tersebut maka hipotesis yang diajukan diterima.

3. Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized
		B
1	(Constant)	.653
	Kepercayaan	.562
	Kepuasan	.385

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda pada tabel diatas maka dapat disimpullkan bahwa:

- 1) Nilai sebesar 0,653 merupakan Konstanta (nilai mutlak Y), artinya tanpa ada pengaruh dari factor lain, maka variabel keputusan pengguna QRIS (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 0,653.
- 2) Koefisien regresi variabel kepercayaan (X_1) sebesar 0,562 bernilai positif. Hal ini menunjukkan semakin baik kepercayaan penggunaan QRIS maka keputusan pengguna QRIS akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel

kepercayaan naik 1 satuan maka keputusan akan naik sebesar 0,562 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

- 3) Koefisien regresi variabel kepuasan (X_2) sebesar 0,385 bernilai positif. Hal ini menunjukkan semakin baik kepuasan penggunaan QRIS maka keputusan pengguna QRIS semakin meningkat. Artinya, jika variabel kepuasan naik 1 satuan maka keputusan akan naik sebesar 0,385 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.907 ^a	.823	.819	1.54334

A predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai adjust R Square tercatat pada 0, 819 yang berarti 81,9. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan dan kepercayaan konsumen memberikan kontribusi sebesar 81,9% terhadap variabel penggunaan QRIS. Sementara itu, sisa kontribusi (100% - 81,9%) berasal dari variabel lain yang tidak dielaborasi dalam penelitian ini, yaitu sebesar 18,1%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS

Berdasarkan dari hasil uji parsial (Uji T) variable kepercayaan (X_1) memiliki nilai T_{hitung} sebesar 6,380 > T_{tabel} 1,669 serta nilai signifikansi $0,001 \leq 0,05$, artinya variable kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS (Y), sehingga H_1 terdapat kepercayaan (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS (Y) signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hafiza Nur yang menerangkan variable Kepercayaan kemudahan penggunaan dan pengetahuan baik secara sendiri sendiri (parsial) maupun secara bersama sama (simultan) positif signifikan terhadap variable keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang (Hafizah and Marina Aprianti 2023).

Keputusan penggunaan QRIS sebagai pembayaran digital bagi masyarakat Jawa Tengah di dasari pada kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, selain itu mereka juga percaya bahwa teknologi pembayaran tersebut dapat dipercaya dalam hal keamanan. pembayaran digital QRIS dapat diandalkan karena sedikitnya data pribadi dari konsumen yang dibutuhkan untuk menjalankan e-payment, sehingga konsumen mempunyai keyakinan bahwa digital QRIS aman untuk dioperasikan, sama halnya saat seseorang mengoperasikan pembayaran sistem langsung dibayarkan perusahaan secara langsung, dan konsumen memiliki rasa kenyamanan dari pembayaran digital QRIS.

Penelitian ini sejalan dengan (Alfani and Ariani 2023) yang menerangkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS. Berbeda dengan hasil penelitian Edbert Juan yang menerangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Qris sebagai media pembayaran bagi masyarakat Surabaya Timur dan Surabaya Barat (Juan and Indrawati

2023).

Pengaruh kepuasan terhadap keputusan penggunaan QRIS

Berdasarkan dari hasil uji parsial (Uji T) variable kepuasan (X_2) memiliki nilai T_{hitung} sebesar $6,380 > T_{tabel} 1,669$ serta nilai signifikansi $0,001 \leq 0,05$ artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna QRIS. Dari keterangan tersebut maka hipotesis yang diajukan diterima.

Kepuasan timbul ketika pengalaman pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau layanan sesuai dengan harapan mereka, atau bahkan melebihi ekspektasi. Dalam konteks QRIS, indikator kepuasan mencakup kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keamanan sistem. Apabila pengguna merasa puas terhadap fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh QRIS, maka hal tersebut akan membentuk persepsi positif yang berdampak pada pengalaman transaksi yang menyenangkan.

Sejalan dengan hasil penelitian Clarita 2024 yang berjudul kepuasan nasabah terhadap penggunaan mobile banking BPD DIY syariah pada pembayaran melalui QRIS umkm kampung ramadhan jogokariyan (krj) 2024, yang menerangkan bahwa mayoritas responden mengungkapkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap berbagai aspek layanan yang ditawarkan termasuk layanan QRIS (Juan and Indrawati 2023).

Dalam penelitian Edbert Juan 2023 yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya konsumen dalam kepuasan menggunakan Qris melihat adanya persepsi kemudahan penggunaan seperti jaringan kerjasama, fleksibel, mudah dipelajari, dan mudah dioperasikan (Juan and Indrawati 2023).

KESIMPULAN

Hasil penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa Kepercayaan dan Kepuasan merupakan faktor penting dan signifikan yang memengaruhi Keputusan menggunakan QRIS. Kepercayaan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Keputusan dengan koefisien regresi 0,562 dibandingkan Kepuasan dengan koefisien regresi 0,385. Hasil ini sebagian besar sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keamanan yang membentuk kepercayaan dan kepuasan sangat krusial dalam keputusan pengguna uang elektronik atau QRIS. Penelitian lanjutan dapat mengembangkan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dan kualitatif serta dapat menambahkan variabel moderasi seperti kemudahan penggunaan dan menguji tingkat literasi keuangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, Rizal Syahri, and Kurnia Rina Ariani. 2023. "1) , 2) 12." 08(01):1–8. Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap
- Soehaditama, and Nuraeni Nuraeni. 2024. "Konsep Penelitian Kuantitatif Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 3(1):1–12. doi:10.38035/jim.v3i1.504.
- Dudi Badruzaman, Dkk. 2024. "Metode Penelitian Kuantitatif." kab. agam Sumatra Barat.
- Ghozali, Imam. 2023. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23." P. 53 in *Cet. I*. Semarang.
- Hafizah, Riza Nur, and Marina Aprianti. 2023. "PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang " Uang Elektronik Semakin Disukai Sebagai

- Alat Pembayaran Yang Berguna Dan Efektif Di Era Digitalisasi Yang Berkembang Saat Ini . QRIS (Q.” 4(November):134–51.
- Hana, Choirul, and Yesy Kusumawati. 2024. “Analisis Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Kediri.” *Jurnal Ekuivalensi* 10(2):403–16. doi:10.51158/z1kkca39.
- Imran, Ahmad Fadhil, Basri Bado, and Ismi Solikhatus. 2023. “Banking Digitalization Through Self-Service Technology toward Customer Behavior at Bank Syariah Indonesia (BSI) Yogyakarta City.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(03):4466–73.
- Indonesia, Bank. 2025. “QR Code Indonesian Standard (QRIS.” Juan, Edbert, and Lilik Indrawati. 2023. “Kata Kunci :” 2(1):313–25.
- Kumillaella, Risma, Eko Adi Susilo, and Indria Guntarayana. 2025. “Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Joko Café And Eatery Di Kota Blitar Kompetitif Sebab Setiap Perusahaan Dituntut Guna Mampu Melaksanakan Beragam Perkotaan . Kini , Kafe Tidak Hanya Menarik Kalangan Remaj.” *TRANSGENERA : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora* 2(5):120–38.
- Muchtar, Evan Hamzah, Budi Trianto, Irwan Maulana, Muhammad Nurul, Ruslan Husen Marasabessy, Wahyu Hidayat, and Edy Junaedi. 2024. “Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) E- Payment Adoption : Customers Perspective.” *Cogent Business & Management* 11(1). doi:10.1080/23311975.2024.2316044
- P, Kadek Dina Kusuma, and Sinta Dewi. 2025. “Evaluasi Lingkungan Kerja (Intensitas Cahaya , Kelembaban , Suhu , Dan Kebisingan) Menggunakan Metode Simple Random Sampling Dan HIRADC Pada PT . Vitapharm.” X(1).
- Pathak, Atul Arun &. Kapil Kausik. 2024. “Driving Consumer Engagement for Digital Payment Brands: Content Strategy on Instagram.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 79. doi:doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103821.
- Rathnayake, Kasturine. 2024. “Digital Payments Strategies For Financial Inclusion.” *E-Financial Strategies for Advancing Sustainable Development* 9–20. doi:doi.org/10.1007/978-3-031-67523-2_2.
- Sasongko, Sambodo Rio. 2021. “FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(1). doi:10.31933/jimt.v3i1.707.
- Sihaloho. 2020. “Implementasi Sistem Pembayaran Qris.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(2):287–97.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Analisis Riset Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Suhendra, Suhendra, and Tiara Nesva Laraskana. 2024. “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Kesadaran Dan Partisipasi Pengguna Terhadap Layanan LRT (Light Rail Transit) Sumatera Selatan.” *Jurnal Publisitas* 10(2):226–33. doi:10.37858/publisitas.v10i2.383.
- Suliah, and Azfa Mutiara Ahmad Pabulo. 2023. “Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan, Dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Minat Generasi Z Dalam Mengadopsi Teknologi Pembayaran Digital.” *Jurnal Sains Dan Teknologi* 5(2):619–25.
- Wulandari, Apriliya. 2022. *Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Darul Huda Snack Kecamatan UKUI*.