Pengaruh Minat Persepsi Manfaat, Dan Pengalaman Transaksi Non Tunai Terhadap Keputusan Penggunaan Qris

(Survey Pada Gen Z Kuningan)

Defita Fitriyani[1], Rina Masruroh[2], Micki Watulandi[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kuningan
Email Koresponden: 20210510138@uniku.ac.id

ABSTRACT

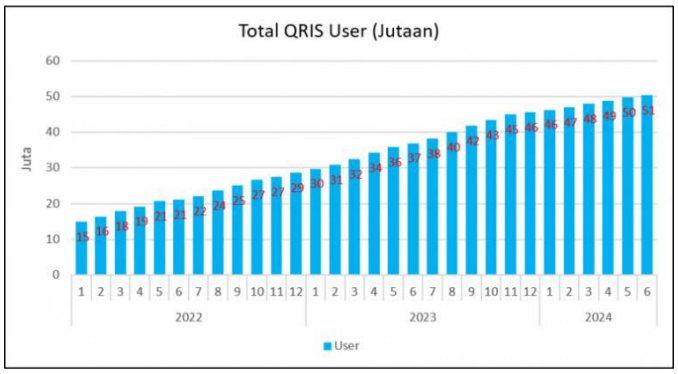
Defita Fitriyani (2025) "The Influence of Interest, Perceived Usefulness, and Non-Cash Transaction Experience on the Decision to Use QRIS" (A Survey on Generation Z in Kuningan Regency), Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan. Supervised by Advisor (I) Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy and Advisor (II) Micki Watulandi, S.E., M.M.

This research aimed to determine the influence of Interest, Perceived Usefulness, and Non-Cash Transaction Experience on the decision to use QRIS among Generation Z in Kuningan Regency. Data were collected through interval-scaled questionnaires distributed to 170 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26. The results showed that Interest and Non-Cash Transaction Experience had a positive and significant partial influence on the decision to use QRIS. Simultaneously, all three variables had a significant effect on the decision to use QRIS.

Keywords : Interest, Perceived Usefulness, Non-Cash Transaction Experience, Decision To Use, QRIS.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mendorong perubahan signifikan dalam sistem pembayaran di Indonesia. Bank Indonesia meluncurkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai metode pembayaran digital yang mudah, cepat, dan efisien. Generasi Z menjadi pengguna terbesar transaksi digital karena karakteristiknya yang sangat dekat dengan teknologi.



Gambar 1 Data
Pengguna QRIS Indonesia
Sumber : https://www.aspi-indonesia.or.id

Namun demikian, tingkat penggunaan QRIS masih dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti minat, persepsi manfaat, serta pengalaman transaksi non tunai. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa tidak semua Gen Z secara optimal menggunakan QRIS meskipun fasilitasnya mudah dijangkau.

Tabel 1
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kabupaten Kuningan, 2024

Kelompok Umur	Penduduk	Jumlah
15 - 19	Kabupaten Kuningan	50.592
20 – 24	Kabupaten Kuningan	48.947
25 - 29	Kabupaten Kuningan	46.910

Sumber : https://kuningankab.bps.go.id/id

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh minat, persepsi manfaat, dan pengalaman transaksi non tunai terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Tabel 1
Hasil Pra Survey Pada Gen Z Kuningan

Pertanyaan	Ya	Tidak	Total
Apakah anda merasa lebih tertarik untuk bertransaksi menggunakan QRIS?	10	20	30
Seberapa besar ketertarikan anda untuk menggunakan QRIS dibandingkan metode transaksi non tunai lainnya?	12	18	30
Apakah anda merasa QRIS lebih praktis dibandingkan metode transaksi lainnya?	11	19	30
Apakah anda merasa QRIS mempermudah anda dalam menyelesaikan transaksi sehari-hari?	13	17	30
Apakah anda pernah menggunakan QRIS saat bertransaksi?	15	15	30
Apakah anda lebih sering menggunakan QRIS dibandingkan aplikasi non-tunai lainnya saat melakukan transaksi?	9	21	30
Apakah anda merasa lebih nyaman saat menggunakan QRIS dibandingkan aplikasi lain?	10	20	30
Seberapa besar kemungkinan anda akan terus menggunakan QRIS untuk transaksi di masa mendatang?	8	22	30

Sumber : Data olah penulis (2024)

Selain itu, berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terhadap 20 responden karyawan RSUD Linggajati Kuningan, sebanyak 60% responden menjawab tidak menunjukan bahwa karyawan kurang memperhatikan keluhan pasien sedangkan 40% responden menjawab ya.

Fenomena / permasalahan dalam penelitian ini muncul karena meskipun QRIS telah menjadi standar pembayaran digital nasional yang praktis, cepat, dan mudah digunakan, namun pada kenyataannya tidak semua Generasi Z di Kabupaten Kuningan memanfaatkannya secara optimal**.** Masih ditemukan sebagian Gen Z yang lebih memilih pembayaran tunai atau metode lain seperti transfer bank dan e-wallet biasa tanpa QR, sehingga adopsi QRIS belum mencapai tingkat maksimal.

Selain itu, minat dalam menggunakan QRIS masih bervariasi. Sebagian responden menyatakan tertarik menggunakan QRIS, namun sebagian lainnya mengaku belum memiliki minat tinggi karena belum terbiasa, kurang memahami fungsinya, atau hanya mengikuti kebiasaan pembayaran lama. Hal ini menunjukkan bahwa minat menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS.

Dari sisi persepsi manfaat**,** tidak semua responden benar-benar merasakan manfaat QRIS seperti kemudahan, kecepatan, dan efisiensi. Sebagian Gen Z merasa QRIS belum selalu praktis, terutama ketika jaringan internet bermasalah atau ketika merchant belum menyediakan QRIS. Kondisi ini membuat persepsi manfaat terhadap QRIS tidak merata.

Pengalaman transaksi non tunai juga berperan penting. Responden yang jarang bertransaksi digital cenderung kurang nyaman menggunakan QRIS, sedangkan responden yang sudah terbiasa dengan e-wallet dan pembayaran digital lebih mudah menerima dan menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman transaksi dapat mempengaruhi kesiapan seseorang dalam beralih ke pembayaran digital berbasis QR.

Seiring berkembangnya teknologi pembayaran, fenomena ini juga dipengaruhi faktor lain seperti ketersediaan fasilitas QRIS di merchant kecil, kesadaran digital, preferensi pribadi, serta tingkat kepercayaan terhadap pembayaran non tunai. Seluruh aspek tersebut saling berhubungan dan membentuk pola penggunaan QRIS di kalangan Gen Z.

Berdasarkan fenomena di atas dan adanya research gap terkait perbedaan minat, persepsi manfaat, serta pengalaman transaksi terhadap adopsi QRIS, penulis tertarik melaksanakan penelitian berjudul: **"Pengaruh Minat, Persepsi Manfaat, dan Pengalaman Transaksi Non Tunai terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan**

LANDASAN TEORI

Keputusan Penggunaan QRIS

Menurut Philip & Kotler (2019) alasan mengapa orang membeli adalah karena mereka enggan membeli atau tidak tertarik dengan produk tersebut. Karena berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen ketika mereka membeli suatu produk atau jasa, konsumen sering terus-menerus mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat umum.

Minat

Menurut Philip & Keller (2016) minat beli adalah bagian dari perilaku konsumen yang muncul ketika seseorang merespon suatu produk atau jasa dan menujukkan keinginan untuk membelinya. Menurut Hartanto & Indriyani (2022) minat beli menyatakan bahwa minat beli adalah respons terhadap objek yang menujukkan keinginan seseorang untuk membeli yang muncul secara eksternal.

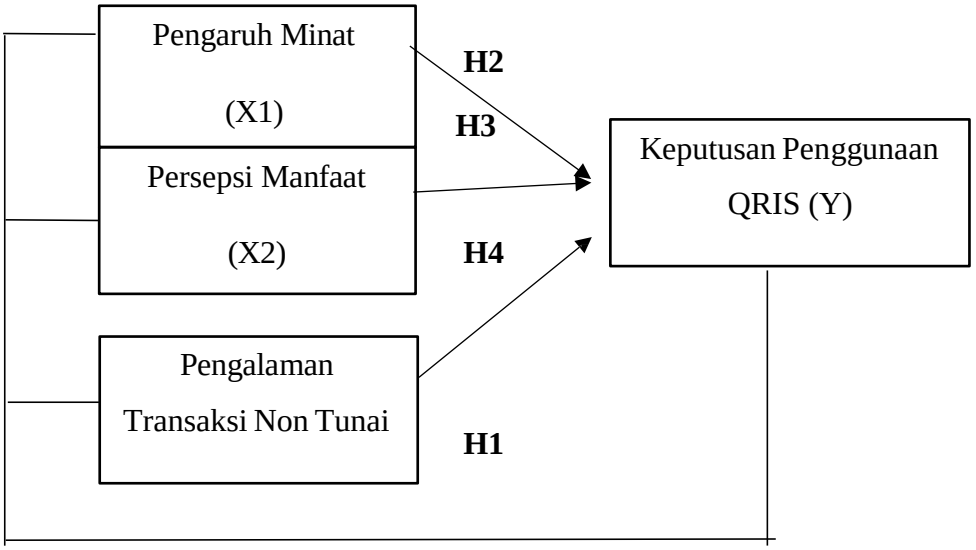
Persepsi Manfaat

Menurut Kotler (2016:228) persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh rangsangan fisik, tetapi juga terakit dengan lingkungan sekitar serta kondisi individu yang bersangkutan.

Menurut Faizal (2020) persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan produktivitas.

Pengalaman Transaksi Non Tunai

Menurut Widayati (2024), transaksi non tunai merupakan metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Proses ini dapat dilakukan melalui berbagai sistem pembayaran daring, seperti transfer menggunakan *Real Time Gross Settlement (RTGS)*, alat pembayaran menggunakan kartu (APMK), uang elektronik (e-money), serta saluran elektronik lainnya.



Gambar 2 Paragdima Berpikir

Dengan merujuk pada permasalahan yang ada, berikut hipotesis yang penulis kemukakan:

H1 : Minat, Persepsi Manfaat, dan Pengalaman Transaksi Non Tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.

H2 : Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan

H3 :Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS

H4 : Pengalaman Transaksi Non Tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel minat (X1), persepsi manfaat (X2), dan pengalaman transaksi non tunai (X3) sebagai variabel bebas, serta keputusan penggunaan QRIS (Y) sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Kabupaten Kuningan yang pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 170 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna atau pernah menggunakan QRIS. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner skala Likert yang telah

diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26 for Windows. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan variabel minat, persepsi manfaat, dan pengalaman transaksi non tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Secara parsial, minat berpengaruh positif dan signifikan, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan, serta pengalaman transaksi non tunai juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Tabel 3
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pengaruh Minat (X1)	Minat beli adalah bagian dari perilaku konsumen yang muncul ketika seseorang merespon suatu produk atau jasa dan menujukkan keinginan untuk membelinya. Kotler & Keller (2016:137)	1. Minat Transaksional. 2. Minat Referensial . 3. Minat Preferensial. 4. Minat Eksploratif. Ferdinand (2006)	Interval
Persepsi Manfaat (X2)	Persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh rangsangan fisik, tetapi juga terakit dengan lingkungan sekitar serta kondisi individu yang bersangkutan. Kotler (2016:228)	1. Meningkatkan kinerja transaksi 2. Mempermudah proses pembayaran 3. Meningkatkan produktivitas pengguna 4. Meningkatkan efektivitas transaksi 5. Mempercepat proses transaksi Fadlan & Dewantara (2018)	Interval
Transaksi Non Tunai (X3)	Transaksi non tunai yang tidak terlalu rumit adalah transaksi yang tidak mencakup penggunaan uang secara tunai melainkan melibatkan transfer dana dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya.	1. Universal 2. Gampang 3. Untung 4. Langsung	Interval

	Suarantalla et al. (2023)	Widayanti (2022)	
Keputusan Penggunaan QRIS (Y)	Alasan mengapa orang membeli adalah karena mereka enggan membeli atau tidak tertarik dengan produk tersebut. Kotler (2019)	1. Kemantapan pada produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang Kotler & Keller (2020)	Interval

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4
Karakteristik Responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	40	23,5%
2.	PNS	21	12,4%
3.	Karyawan Swasta	65	38,2%
4.	Wiraswasta	44	25,9%

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa sebagian karyawan swasta, yakni sebanyak 65 orang (38,2%). Kemudian disusul oleh wiraswasta sebanyak 44 responden (25,9%), pelajar/mahasiswa sebanyak 40 responden (23,5%), dan PNS sebanyak 21 responden (12,4%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berasal dari latar belakang pekerjaan yang cukup beragam, yang mencerminkan realitas Gen Z di Kabupaten Kuningan.

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Data

No Butir	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,962	0,361	Valid
2	0,768	0,361	Valid
3	0,862	0,361	Valid
4	0,837	0,361	Valid
5	0,883	0,361	Valid
6	0,742	0,361	Valid
7	0,912	0,361	Valid
8	0,919	0,361	Valid
No Butir	**Rhitung**	**Rtabel**	**Keterangan**
1	0,965	0,361	Valid
2	0,825	0,361	Valid
3	0,921	0,361	Valid
4	0,944	0,361	Valid
5	0,791	0,361	Valid
6	0,931	0,361	Valid
7	0,899	0,361	Valid
8	0,869	0,361	Valid
9	0,909	0,361	Valid
10	0,902	0,361	Valid
No Butir	**Rhitung**	**Rtabel**	**Keterangan**
1	0,970	0,361	Valid
2	0,861	0,361	Valid
3	0,923	0,361	Valid
4	0,914	0,361	Valid
5	0,889	0,361	Valid
6	0,842	0,361	Valid
7	0,889	0,361	Valid
8	0,942	0,361	Valid
No Butir	**Rhitung**	**Rtabel**	**Keterangan**
1	0,717	0,361	Valid
2	0,347	0,361	Valid
3	0,638	0,361	Valid
4	0,634	0,361	Valid
5	0,417	0,361	Valid
6	0,765	0,361	Valid
7	0,162	0,361	Valid
8	0,224	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan seluruh data berasal dari 170 responden yang valid.

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48847083
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.040
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.038[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari hasil perhitungan data pada tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa uji normalitas dengan menggunakan sampel (n=170) sesuai dengan data sebelumnya, bahwa data tersebut menunjukkan Asymp. Sig. 0,038 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa **data berdistribusi normal** karena angka signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.254	4.600		-.708	.480		
	Pengaruh Minat (X1)	.820	.065	.685	12.601	.000	.920	1.087
	Persepsi Manfaat (X2)	.063	.049	.069	1.288	.200	.934	1.071
	Pengalaman Transaksi Non Tunai (X3)	.176	.077	.124	2.295	.023	.936	1.069
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan QRIS (Y)								

Berdasarkan uraian di atas, seluruh variabel independen dalam model regresi ini memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2505.890	3	835.297	67.420	.201[b]
	Residual	2056.633	166	12.389		
	Total	4562.524	169			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan QRIS (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pengalaman Transaksi Non Tunai, Persepsi Manfaat, Pengaruh Minat						

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0,201 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel penelitian dinyatakan **tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.**

Tabel 9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.254	4.600		-.708	.480
	Pengaruh Minat (X1)	.820	.065	.685	12.601	.000
	Persepsi Manfaat (X2)	.063	.049	.069	1.288	.200
	Pengalaman Transaksi Non Tunai (X3)	.176	.077	.124	2.295	.023
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan QRIS (Y)						

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel di atas, diperoleh persamaan Y = -3,254 + 0,820X1 + 0,063X2 + 0,176X3. Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, Persepsi Manfaat berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan Pengalaman Transaksi Non Tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741[a]	.549	.541	3.51985
a. Predictors: (Constant), Pengalaman Transaksi Non Tunai, Persepsi Manfaat, Pengaruh Minat				

Berdasarkan hasil tabel di atas, nilai Adjusted R Square sebesar 0,541. Artinya, secara simultan variabel Minat (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Pengalaman Transaksi Non Tunai (X3) mampu menjelaskan **54,1%** variasi Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Sementara **45,9%** sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti promosi, kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan faktor eksternal lainnya.

Tabel 11
Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2505.890	3	835.297	67.420	.000[b]
	Residual	2056.633	166	12.389		
	Total	4562.524	169			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan QRIS (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pengalaman Transaksi Non Tunai, Persepsi Manfaat, Pengaruh Minat						

Berdasarkan hasil uji F (simultan), dapat dilihat nilai Fhitung sebesar 67,420. Sedangkan untuk nilai Ftabel diperoleh dengan menggunakan derajat kebebasan df1 = k – 1 = yaitu 4 – 1 = 3 dan df2 = n - k = 170 - 4 = 166. Berdasarkan distribusi F pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,66. Dengan membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel, diperoleh Fhitung 67,420 > Ftabel 2,66. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh adalah 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima.

Tabel 12
Hasil Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.254	4.600		-.708	.480
	Pengaruh Minat	.820	.065	.685	12.601	.000
	Persepsi Manfaat	.063	.049	.069	1.288	.200
	Pengalaman Transaksi Non Tunai	.176	.077	.124	2.295	.023
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan QRIS (Y)						

Berdasarkan diatas diketahui bahwa Minat memiliki pengaruh sebesar 0,685 terhadap Keputusan Penggunaan QRIS, Persepsi Manfaat memiliki pengaruh sebesar 0,069, dan Pengalaman Transaksi Non Tunai memiliki pengaruh sebesar 0,124 terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Selanjutnya dikonsultasikan dengan $ttabel$ (df = n-k -1), yaitu 170 - 3- 1 = 166, maka diperoleh nilai $t\ tabel$ dengan taraf kesalahan 5% sebesar 1,974.

KESIMPULAN

1. Secara simultan, minat, persepsi manfaat, dan pengalaman transaksi non tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu meningkatkan keputusan Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital di Kabupaten Kuningan.
2. Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Semakin tinggi ketertarikan dan keinginan individu untuk menggunakan QRIS, maka semakin besar kemungkinan mereka memilih QRIS sebagai alat pembayaran sehari-hari.
3. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Keyakinan bahwa QRIS memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi mendorong pengguna untuk semakin percaya dan memutuskan memakai QRIS dalam berbagai transaksi.
4. Pengalaman transaksi non tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Semakin sering dan semakin baik pengalaman seseorang dalam menggunakan transaksi digital, semakin mudah mereka beradaptasi dan memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *62*, 82–89. https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2652

Faizal, N. (2020). Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas PelayananTerhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada SdIgnatius Slamet Riyadi Karawang. *Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada Sd Ignatius Slamet Riyadi Karawang*, 94–94.

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books?id=iP56EAAAQBAJ

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall. https://onesearch.id/Record/IOS3774.JAKPU000000000130833

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=UbfwtwEACAAJ&redir_esc=y

Philip Kotler. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. https://eprints.uniska-bjm.ac.id/3895/1/BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf

Priyombodo, B., & Widayati, T. (2024). Determination of Decisions to Use E-Money Applications (QRIS). *Research Horizon*, *4*(1), 33–42.

Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *62*, 82–89. https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2652

Faizal, N. (2020). Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas PelayananTerhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada SdIgnatius Slamet Riyadi Karawang. *Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada Sd Ignatius Slamet Riyadi Karawang*, 94–94.

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. https://books.google.co.id/books?id=iP56EAAAQBAJ

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall. https://onesearch.id/Record/IOS3774.JAKPU000000000130833

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=UbfwtwEACAAJ&redir_esc=y

Philip Kotler. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. https://eprints.uniska-bjm.ac.id/3895/1/BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf

Priyombodo, B., & Widayati, T. (2024). Determination of Decisions to Use E-Money Applications (QRIS). *Research Horizon*, *4*(1), 33–42.