

DAFTAR PUSTAKA

- Achirian, M. P., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost, terhadap Behavioral Intention pada Pengguna Dompot Digital DANA di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 8, 376.
- Alim, Z., & Fitria, S. E. (2020). Analisis Pengaruh antara Relative Advantage dan Competitive Pressure terhadap Adoption E-Commerce pada UMKM di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 7(1), 70-78.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. New York.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson.
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Murdifin, I. (2019). Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 39-51. doi:<https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2493>
- Aslam, H., Blome, C., Roscoe, S., & Azhar, T. M. (2020). Determining the Antecedents of Dynamic Supply Chain Capabilities. *Supply Chain Management*, 25(4), 427-442. doi:<https://doi.org/10.1108/SCM-02-2019-0074>
- Butarbutar, N., Grace, E., Putra, L. A., Loist, C., & Sudirman, A. (2022, November). Behavioral Intention Constituent Analysis of QRIS Digital Payment Tools in MSMEs in Pematangsiantar City. *Jurnal IDEAS*, 8(4), 1537-1546. doi:10.32884/ideas.v8i4.1023
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Jufri, A. (2021, Maret). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of

- Technology (UTAUT). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61-76. doi:<https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>
- Chapra, U. (2000). *Sistem Moneter Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Chau, N. T., & Deng, H. (2020). Critical Determinants for Mobile Commerce Adoption in Vietnamese SMEs: A Conceptual Framework. *Journal of Marketing Management*, 36(5-6), 456-487. doi:<https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1719187>
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 40-50.
- Edy, I. C., & Brotojoyo, E. (2017). Kajian Model Empiris: Pengaruh Media Sosial terhadap Lifestyle dan Keputusan Pembelian. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL GEOTIK* (hal. 69-77). Surakarta: SEMINAR NASIONAL GEOTIK.
- Engel, J. B. (2005). *Consumer Behavior* (10 ed.). Ohio.
- Febriani, N. D., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. A. (2023, Januari). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67-82. doi:<https://doi.org/10.32815/jitika.v17i1.890>
- Febriani, N. K. (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67-82.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryanto, H., & Tjokrosaputro, M. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pengguna Mobile Banking BCA: Studi pada Gen Y. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(4), 354-359. doi:<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12791>
- Hidayatullah, S., Ardianto, Y. T., H, A. O., Rachmawati, I. K., & Alvianna, S. (2020). Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence on Behavioral To Use Through Behavioral Intention in Using Mobile Banking in Malang. *5th ICGSS International Conference of Graduate School on Sustainability* (pp. 272-276). Malang: University of Merdeka Malang.
- Igudia, P. O. (2016). An Integrated Model of the Factors Influencing the Adoption and Extent of Use of E-Payment Systems by SMEs in Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 6(12), 7-32.
- Imani, A. T., & Anggono, A. H. (2019). Factors Influencing Customers Acceptance of Using the QR Code Feature in Offline Merchants for Generation Z in Bandung (Extended UTAUT2). *International Conference on Economics, Business and Economic Education* (pp. 1174-1201). KnE Social Sciences. doi:10.18502/kss.v4i6.6670
- James, F. A., Roger, D. B., & Paul, W. M. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Jati, N. J. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 1-15.
- Jogiyanto, & Abdillah. (2011). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta.
- Karim, A. A. (2012). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Krisna, I. (2020). Analisis Fungsi Pembayaran Digital saat Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia. *ACADEMIA*, 1-15.
- Kwabena, G. Y., Mei, Q., Ghumro, T. H., Li, W., & ERUSALKINA, D. (2021). Effects of a Technological-Organizational-Environmental Factor on the Adoption of the Mobile Payment System. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 329-338. doi:<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0329>
- Mahendra, Y. A. (2017). Pengaruh Perceived Security terhadap Pengadopsian In-App Purchase pada Aplikasi Mobile. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 6(2), 184-193.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prestice Hall : Pariwisata bimakota.go.id.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi* (2 ed.). Bandung: PT. Refika Aditam.
- Mombeuil, C. (2020, July). An Exploratory Investigation of Factors Affecting and Best Predicting the Renewed Adoption of Mobile Wallets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102127. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102127>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna OVO di Kota Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 175-184.
- Musyaffi, A. M. (2021). Digital payment during pandemic: an extension of the unified model of QR code. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(6), 213-223.

- Mutlu, M. H. (2017). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: The Adoption of Mobile Messaging Application. *Megatrend Revija*, 14(1), 169-186.
- Nugroho, P. W. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile Payment dengan Pendekatan Extended the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *CITEE Dep. Tek. Elektro dan Teknol. Informasi, FT UGM*, 226-233.
- Olanrewaju, A. S., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020, February). Social Media and Entrepreneurship Research: A Literature Review. *International Journal of Information Management*, 50, 90-110. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Pangestu, M. G. (2022, Januari). Behavior intention penggunaan digital payment qris berdasarkan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)(Studi pada UMKM sektor industri makanan & minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1). doi:<https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>
- Peter, P.J., & J.C. Olson. (1994). *Understanding consumer behavior*. USA: Richard D. Irwin, Burr Ridge .
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh Komunitas Virtual terhadap Minat Beli Online pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 143-157.
- Putra, G. G. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Pada Generasi Z di Kabupaten Tabanan*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Putri, V. S., & Mahadian, A. B. (2021). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Pendukung terhadap Minat Pemanfaatan Aplikasi E-clinic di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8.

- Qalati, S. A., Wenyuan, L., Kwabean, G. Y., Erusalkina, D., & Pervaiz, S. (2019, September). Influence of Brand Equity on Brand Performance: Role of Brand Reputation and Social Media. *International Journal of Research & Review*, 6(9), 304-317.
- Rahman, M., Ismail, I., Bahri, S., & Rahman, M. K. (2022). An Empirical Analysis of Cashless Payment Systems for Business Transactions. *Jurnal Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 8(213), 1-20. doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc8040213>
- Raihana, A. J. (2021). Intensi Penggunaan Financial Technology (Fintech) Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
- Riptiono, S. (2013, Juli). Pengaruh Lifestyle, Brand Awareness dan Product Quality terhadap Repurchase Intention Minuman Saribuah Buavita dengan Purchasing Decisions sebagai Variabel Intervening di Kecamatan Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*, 12(1), 99-117.
- Saibil, D. I., Sodik, F., & Mardiah, A. A. (2022). FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN QRIS PADA SHARIA MOBILE BANKING SAAT PANDEMI COVID-19 (MODIFIKASI MODEL UTAUT 2). *Jurnal Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(2), 76-92.
- Sari, R. P., & Imronudin. (2021). Analisis Inklusi Keuangan melalui Inovasi Fintech. *Skripsi thesis* (hal. -). -: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor. *ADZKIYA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 10(02), 139-148. doi:<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v10i02.5259>
- Siddiqi, M. N. (1991). *The Economic Enterprise in Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- 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.
doi:<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1997). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Singh, D. P., & Kaur, N. (2017, May). RETRACTED: Deciphering the Consumer Behaviour Facets of Functional Foods: A literature Review. *Appetite*, 112, 167-187. doi:<https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.01.033>
- Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., & Hogg M. K. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Edinburgh Gate, England: Pearson Education Limited.
- Solomon, M. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (7 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyaningsih, H., & Hanggraeni, D. (2022). Investigating the Adoption of QR Code Indonesian Standard through Organizational and Environmental Factors and Its Impact on Micro Small Medium Enterprise Performance. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 14(3s), 962-982.
- Turban, E., McLean , E, & Wetherbe, J. (2008). Information Technology for Management: in the Digital Economy. *Willey International*.
- Venkatesh, V., Michael G. Morris, Gordon B. Davis, & Fred D. Davis. (2003, September). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. Diambil kembali dari <https://www.jstor.org/stable/30036540>

- Venkatesh, V. T. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. doi:<https://doi.org/10.2307/41410412>
- Yuliani, E. P. (2022). Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah melalui Pemediasi Minat dan Kesadaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 1-12. doi:<https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.904>
- Yusman , C. A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pedagang terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard di Metropolitan City Panam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Zahiroh, N., & Muzdalifah, L. (2022). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Kyt Melalui Wom (Word Of Mouth). *Seminar Nasional Sistem Informasi* (hal. 3468-3483). Malang: SENASIF 2022.
- Zhang, Y., Liu, C., Luo, S., Xie, Y., Liu, F., Li, X., & Zhou, Z. (2019). Factors Influencing Patients' Intentions to Use Diabetes Management Apps Based on an Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model: Web-Based Survey. *Journal of Medical Internet Research*, 21(8). doi:<https://doi.org/10.2196/15023>
- Zhu, K., Kraemer, K., & Xu, S. (2022). A Cross-Country Study of Electronic Business Adoption Using the Technology-Organization-Environment Framework. *International Conference on Information Systems (ICIS)* (pp. 337-348). Association for Information Systems (AISel).