



**PENGARUH PEMBAYARAN *CASHLESS* DENGAN SISTEM *QR CODE*,  
*PERCEIVED TRUST* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP  
KEPUASAN PENGGUNA *SHOPEEPAY*  
(Studi Kasus pada Konsumen Mie Gacoan Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

DWIRISKA AMALIA  
NPM. 21901081358



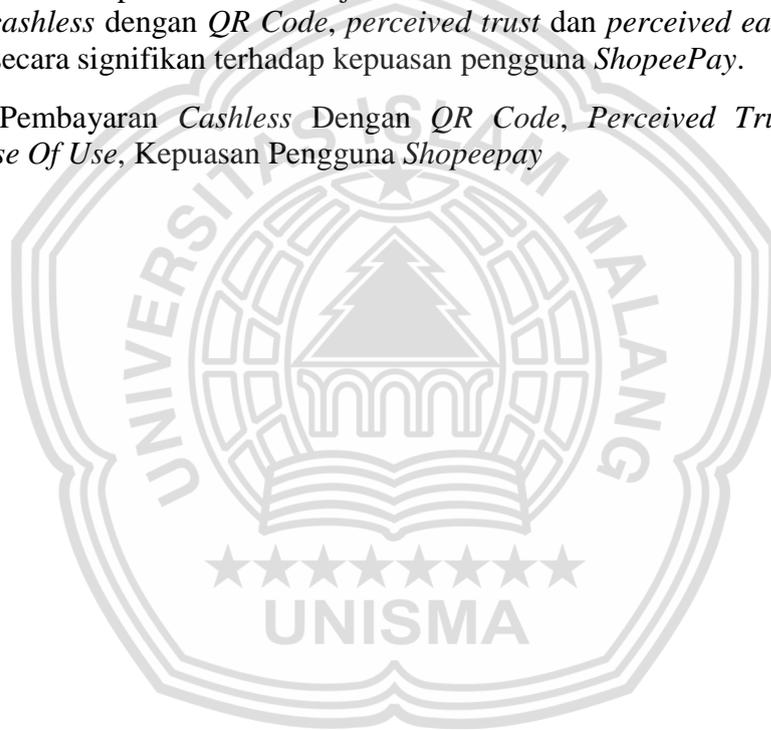
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2023**

## ABSTRAK

Sejak adanya pandemi *Covid-19* hingga pasca pandemi *Covid-19* mengubah kebiasaan konsumen dalam bertransaksi dengan menggunakan dompet digital atau *e-wallet*. Salah satu *e-wallet* yang saat ini sedang banyak digunakan yaitu *ShopeePay*. *ShopeePay* dapat dimanfaatkan untuk pembayaran *cashless* menggunakan *Quick Response Code (QR Code)* yang dinilai lebih praktis. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pembayaran *cashless* dengan *QR Code*, *perceived trust* dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Kota Malang yang menggunakan *e-wallet ShopeePay*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Malhotra dan hasil yang didapatkan sebanyak 70 responden. Metode pendekatan menggunakan teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling yang menggunakan teknik pengumpulan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial pembayaran *cashless* dengan *QR Code*, *perceived trust* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*.

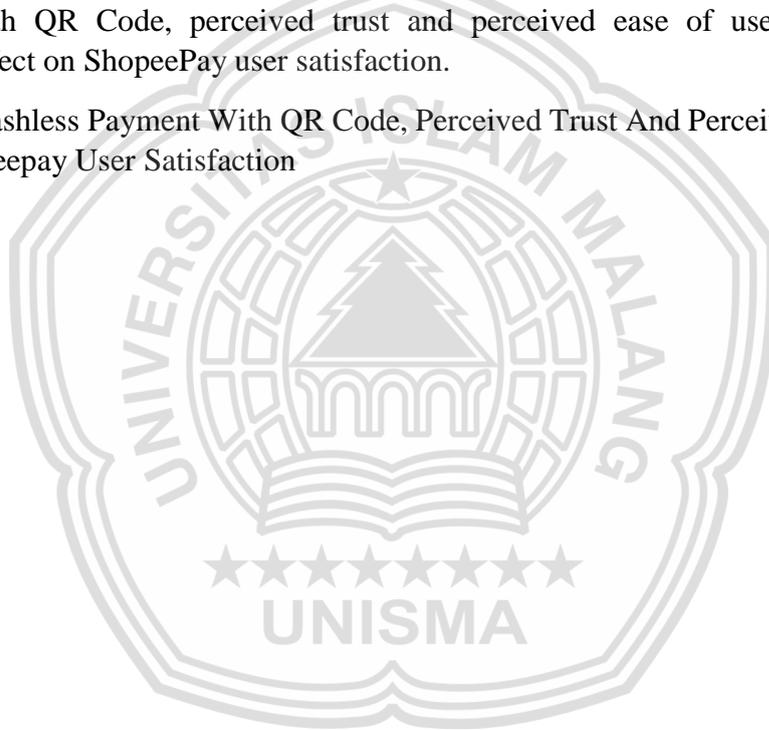
Kata Kunci: Pembayaran *Cashless* Dengan *QR Code*, *Perceived Trust* Dan *Perceived Ease Of Use*, Kepuasan Pengguna *Shopeepay*



## ABSTRACT

Since the Covid-19 pandemic until after the Covid-19 pandemic, consumer habits have changed in making transactions using digital wallets or e-wallets. One of the e-wallets that is currently being widely used is ShopeePay. ShopeePay can be used for cashless payments using the Quick Response Code (QR Code) which is considered more practical. The purpose of this study was to find out and analyze cashless payments with the QR Code, perceived trust and perceived ease of use on ShopeePay user satisfaction. The population in this study were City students Malang, which uses the ShopeePay e-wallet. Determination of the number of samples in this study uses the Malhotra formula and the results obtained are 70 respondents. The approach method uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling which uses a sample collection technique based on certain criteria. The results show that simultaneously and partially cashless payments with QR Code, perceived trust and perceived ease of use have a significant effect on ShopeePay user satisfaction.

Keywords: Cashless Payment With QR Code, Perceived Trust And Perceived Ease Of Use, ShopeePay User Satisfaction



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi saat ini, konsumen khususnya mahasiswa telah mengalami banyak perubahan khususnya dalam beberapa bidang yaitu ekonomi, masyarakat, budaya, perilaku, dan gaya hidup. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen saat ini memiliki mobilitas dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Mobilitas yang tinggi menjadikan konsumen seringkali lebih mencari sesuatu yang instan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal tersebut diikuti dengan adanya penyedia layanan yang membantu untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari.

*Financial technology* atau *fintech* dapat diartikan sebagai pemanfaatan teknologi yang menyangkut keuangan serta mampu menghasilkan suatu produk dan pelayanan dalam melakukan transaksi (Mawardani dan Dwijayanti, 2021). *Fintech* dapat mempengaruhi kebiasaan transaksi konsumen menjadi lebih praktis dan efektif. *Fintech* menjadi salah satu solusi atas permasalahan industri keuangan manual yang tidak dapat melayani masyarakat secara menyeluruh. Seperti pembayaran saat belanja kini sudah dapat dilakukan secara non-tunai atau *Cashless*. Hal ini semakin membantu konsumen terutama mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi dalam memenuhi kebutuhan. Sebelumnya pembayaran dilakukan menggunakan alat pembayaran tunai berupa uang kartal. Saat ini pembeli tidak perlu membayar belanjanya dengan uang tunai dan dapat melakukan pembayaran secara non-tunai cukup menggunakan kartu ATM,

kartu kredit, cek, *e-money* atau *scan barCode* pada aplikasi dompet digital dengan teknologi pembayaran digital (Aly & Trianasari, 2020). Pembayaran non-tunai sendiri sudah di resmikan oleh Bank Indonesia pada tahun 2009 pada Peraturan Bank Indonesia (Np. 11/12/PBI/2009) mengenai uang elektronik. Kemudian menjadi lebih berkembang setelah diadakannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014 oleh Bank Indonesia.

*E-commerce* merupakan media untuk kegiatan menjual dan membeli produk secara elektronik oleh perusahaan penjual dengan perantara perusahaan. *Shopee* sebagai salah satu contoh penyedia layanan pembayaran *Cashless* menggunakan sistem *QR Code (Quick Response)* atau yang sering disebut dengan bentuk evolusi kode batang dari satu dimensi. *E-commerce* juga bisa diartikan sebagai konsep penerapan *E-business* dengan strategi jual beli barang atau jasa menggunakan jaringan elektronik yang mana melakukan transaksi data secara elektronik, sistem manajemen inventaris yang dilakukan secara otomatis dan juga sistem pengumpulan data yang dapat dilakukan secara otomatis (Rizki, dkk., 2019). Banyak dari mahasiswa yang tertarik menggunakan layanan pembayaran *cashless* menggunakan *shopeepay* yang disediakan *shopee*. Hal ini dilakukan karena pembayaran *cashless* lebih praktis serta keamanan lebih terjamin daripada menggunakan uang kartal.

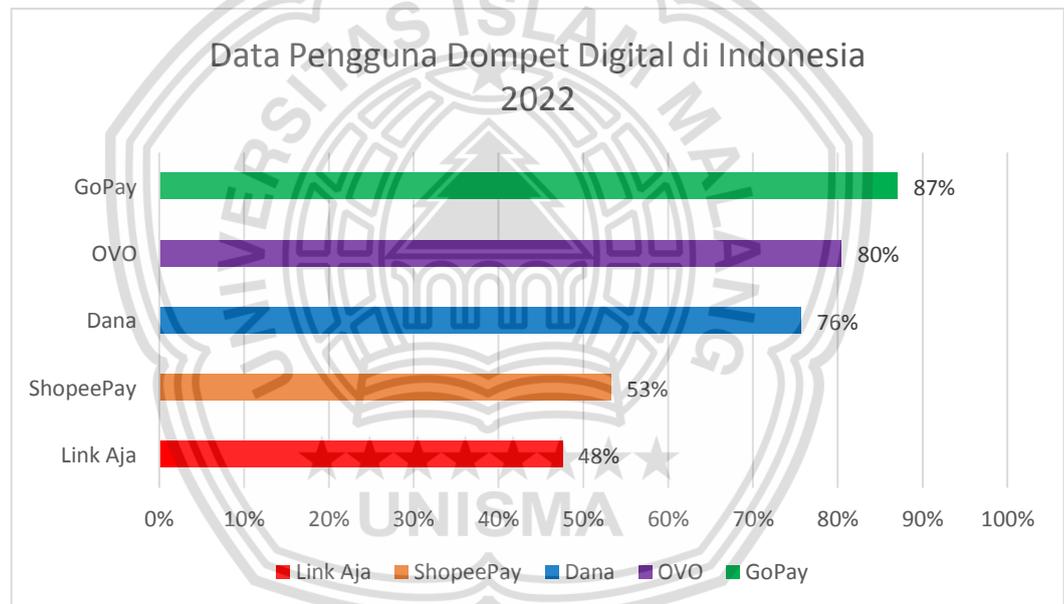
Salah satu metode pembayaran *cashless* menggunakan *Quick Response Code (QR Code)*. *QR Code* merupakan inovasi teknologi yang digunakan sebagai metode pembayaran pada dompet digital secara umum

(Ruslan et al., 2019). *QR Code* telah banyak digunakan karena fitur-fiturnya yang baik seperti data yang berkapasitas besar, memindai kecepatan tinggi dan mencetak dalam ukuran kecil. Sehingga *QR Code* dinilai lebih praktis untuk digunakan daripada metode sebelumnya yaitu *barcode*. Meski terbilang sangat mudah, pembayaran *QR Code* ini relatif aman. Alasan tersebut membuat banyak pelaku bisnis menyediakan fitur pembayaran *cashless* menggunakan *QR Code* di outletnya. Supaya memudahkan kasir dalam memproses tanpa memikirkan kembalian. Selain itu pembayaran *cashless* akan memudahkan serta mempercepat pembayaran sehingga antrean tidak terlalu lama. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya mahasiswa Kota Malang yang mendominasi konsumen Mie Gacoan sehingga sering terjadi antrean panjang. Penggunaan *QR Code* ini dapat diakses mudah menggunakan beberapa aplikasi dompet digital atau *E-Wallet*.

Sejak adanya pandemi *Covid-19* hingga pasca pandemi *Covid-19* mengubah kebiasaan konsumen dalam bertransaksi dengan menggunakan dompet digital atau *E-wallet*. Awalnya *E-wallet* digunakan untuk mengurangi risiko penyebaran *Covid-19*. Namun karena dianggap lebih praktis dan mudah menjadikan konsumen semakin antusias menggunakannya. *E-wallet* merupakan sebuah bentuk aplikasi atau akun prabayar yang dapat memberikan perlindungan berupa kata sandi, yang dimana penggunaannya dapat melakukan penyimpanan uang, sehingga ketika proses transaksi atau pembayaran dapat dilakukan secara digital. *E-wallet* juga dapat dilakukan dengan cara mengunduh pada *smartphone* yang ada tanpa kita harus membayarnya (Rosmayanti dalam (Haryati, 2021)).

Adanya *E-wallet* tersebut dirasa lebih efektif dan aman digunakan, selain itu mampu mendorong *cashless society* demi mengurangi uang tunai yang beredar di masyarakat. Salah satu *E-wallet* yang saat ini sedang banyak digunakan yaitu *Shopeepay*.

Di Indonesia Dompet Digital sudah menjadi metode pembayaran yang lebih populer dibandingkan kartu kredit dan debit. Berdasarkan laporan [katadata.co.id](http://katadata.co.id), *ShopeePay* menjadi dompet digital yang paling banyak digunakan urutan ke-4 pada tahun 2022. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik di bawah ini :

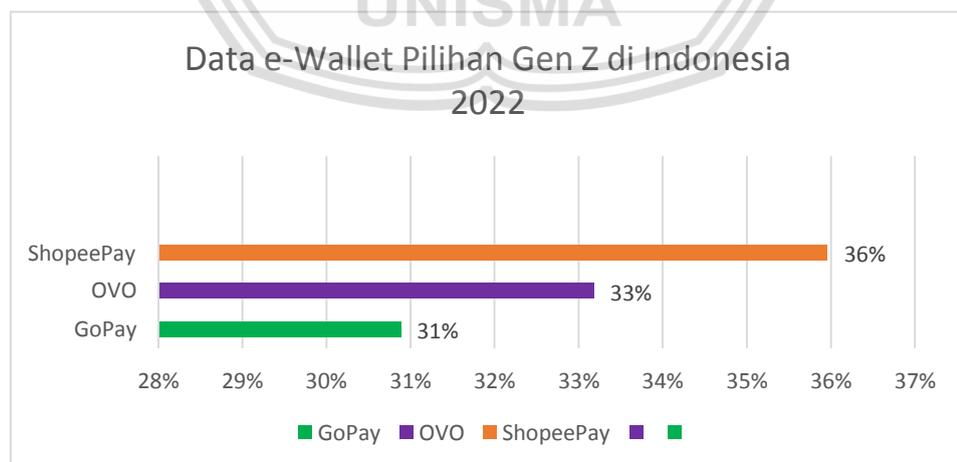


Sumber : [katadata.co.id](http://katadata.co.id)

*Shopeepay* merupakan dompet digital yang ada pada aplikasi *Shopee*, yang dimana konsumen cukup melakukan *top up* atau isi ulang saldo secara *fleksible*. Menurut penelitian *ShopeePay* dikatakan sebagai brand dengan intensitas penggunaan tinggi pada pembayaran secara online. Selain itu *ShopeePay* saat digunakan sangat praktis, aman, cepat serta memberikan penawaran yang menarik untuk penggunanya. Penggunaan *shopeepay* ini

bisa digunakan untuk pembayaran transaksi online maupun *offline* di *Merchant ShopeePay*. *Merchant ShopeePay* adalah penjual yang menawarkan *ShopeePay* sebagai metode pembayaran di toko *offline* atau *online* melalui aplikasi *Shopee Partner*. Pada toko yang bergabung pada *Merchant ShopeePay* maka akan disediakan berupa *QR Code* yang disediakan oleh *Shopee*. Dengan begitu konsumen akan dengan mudah melakukan pembayaran menggunakan *ShopeePay* dengan cara *scan QR Code* yang tersedia. Salah satu aspek penting dalam keputusan menggunakan pembayaran *Cashless* dengan *QR Code* menggunakan *ShopeePay* adalah kepercayaan pengguna.

Unggulnya *ShopeePay* dalam program promosi, dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mendapatkan konsumen lebih banyak agar pendapatan perusahaan dapat maksimal. Maka dari itu dibutuhkan strategi khusus untuk mencapai tujuan tersebut, diantaranya dengan mengetahui karakteristik pengguna *ShopeePay* sebagai *e-wallet*, terutama pada kalangan Generasi Z saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini:



Sumber: KOMPAS.com

Generasi Z yang lahir antara tahun 1996 sampai 2010, dikenal sebagai generasi yang sering berinteraksi dengan dunia digital (Purnomo et al., 2019) tentunya tidak asing dengan penggunaan *financial technology*. Pengetahuan generasi Z terhadap *financial technology* meliputi penggunaan dan kebermanfaatan *financial technology* sebagai teknologi keuangan digital yang lebih praktis, hemat biaya dan memberikan banyak keuntungan dengan adanya berbagai promo. Generasi Z memiliki pandangan positif terhadap *financial technology* serta minat untuk terus menggunakan layanan *financial technology* sebagai kebutuhan keuangan mereka (Pratiwi, 2021).

Kepercayaan merupakan pengetahuan kognitif tentang sebuah objek. Kepercayaan akan dirasakan ketika seseorang telah mencoba atau menggunakan objek tersebut. Ketika telah memiliki rasa kepercayaan terhadap penggunaan *ShopeePay* hal ini akan mendorong pengguna untuk terus menggunakan sistem pembayaran tersebut dalam mendukung aktivitasnya sehari-hari. Semakin meningkatnya sistem pembayaran *Cashless* dengan *QR Code* menggunakan *ShopeePay*, maka akan semakin meningkat kepercayaan pengguna dalam menggunakannya. Selain kepercayaan pengguna ada aspek lain yang memengaruhi pengguna untuk menggunakan pembayaran *Cashless* dengan *QR Code* menggunakan *ShopeePay* adalah kemudahan yang dirasakan pengguna.

Kemudahan pengguna adalah sejauh mana keyakinan individu dalam menggunakan sistem tertentu tidak perlu menggunakan usaha yang keras. Pengguna bersedia menggunakan pembayaran *digital* karena manfaat yang telah dirasakan. Salah satunya adalah pembayaran *digital* yang dirasa

mudah untuk digunakan, maka artinya para pengguna tersebut dapat menerima keberadaan teknologi aplikasi pembayaran *digital* seperti *ShopeePay*. Kemudahan dari pembayaran digital tersebut akan membantu pengguna mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Fokus dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang berada di Kota Malang yang pernah melakukan pembayaran *Cashless* dengan sistem *QR Code* di Mie Gacoan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa minat konsumen untuk menggunakan *E-wallet ShopeePay* dalam pembayaran *Cashless*.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Megayani, dkk (2021) dengan judul “Pembayaran *Cashless* Dengan Sistem *QR Code* dan *Perceived Trust* Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay*”. Serta dalam fenomena yang dijabarkan dalam latar belakang oleh peneliti. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan dompet digital *ShopeePay* dengan judul **“Pengaruh Pembayaran *Cashless* Dengan Sistem *QR Code*, *Perceived Trust* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay* (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Kota Malang)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Pembayaran *Cashless* Dengan Sistem *QR Code*, *Perceived Trust* dan *Perceived Ease of Use* secara simultan Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay* ?

2. Bagaimana Pengaruh Pembayaran *Cashless* Dengan Sistem *QR Code* secara parsial Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay* ?
3. Bagaimana Pengaruh *Perceived Trust* secara parsial Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay* ?
4. Bagaimana Pengaruh *Perceived Ease of Use* secara parsial Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay* ?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jelaskan, maka tujuan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pembayaran *Cashless* Dengan Sistem *QR Code*, *Perceived Trust* dan *Perceived Ease of Use* secara simultan Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay*.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Pembayaran Dengan Sistem *QR Code* secara parsial Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay*.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Trust* secara parsial Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay*.
4. Untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Ease of Use* secara parsial Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay*.

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, bisa diketahui manfaat yang di harapkan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi akademi, peneliti ini diharapkan dapat menambah referensi serta pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pemasar *online* dalam menentukan pembaruan sistem pembayaran di era digitalisasi.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah didapat khususnya Ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai *Financial Technology*.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pembayaran *cashless* dengan sistem *QR Code*, *perceived trust* dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara simultan antara pembayaran *cashless* dengan sistem *QR Code*, *perceived trust* dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*.
2. Variabel pembayaran *cashless* dengan sistem *QR Code* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*.
3. Variabel *perceived trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*.
4. Variabel *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis telah melakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih mempunyai beberapa keterbatasan sehingga hasil penelitian masih belum memberikan hasil yang diharapkan. Adapun beberapa keterbatasan penelitian yaitu penelitian ini hanya menggunakan 70 responden, sehingga data yang diperoleh belum menggambarkan kondisi secara rinci mengenai kepuasan pengguna *ShopeePay* secara luas. Teknik

pengumpulan data yang dilakukan hanya berupa penyebaran kuesioner dan tidak melakukan teknik wawancara secara mendalam karena keterbatasan peneliti, sehingga data yang didapatkan pada kuesioner hanya berupa jawaban dari opsi yang telah dibuat peneliti. Untuk itu saya sebagai peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini.

### 5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, telah dilakukan penelitian terkait pembayaran *cashless* dengan sistem *QR Code*, *perceived trust* dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*. Sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian maka peneliti merekomendasikan kepada perusahaan *e-wallet ShopeePay* untuk memperhatikan secara seksama pentingnya beberapa faktor tersebut terutama faktor *perceived ease of use* yang didapatkan kurang sesuai dengan harapan pelanggan sehingga layanan *ShopeePay* perlu meningkatkan fitur layanan supaya lebih mudah digunakan dan lebih menarik konsumen. Mengingat banyak pesaing yang menawarkan layanan serupa dengan *ShopeePay*. Faktor *perceived trust* juga harus lebih ditingkatkan lagi karena kepercayaan merupakan salah satu hal penting dalam mempertimbangkan *penggunaan e-wallet* serta pembayaran *cashless* dengan sistem *QR Code* yang menjadi pengaruh paling besar terhadap kepuasan pengguna *ShopeePay*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyan, M.F., and M. Mahfudz, "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan *ShopeePay* Semarang)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 11, no. 1, May. 2022.
- Assael. (2017), *Consumer Behavior and Marketing Action* Edisi 3. Boston Massachusset AS: Kent Publishing Company.
- Cindy, A., Sari, M., Lestariningsih, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., Stiesia, I. (, & Surabaya, ). (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Djaja, J., Tongli, B., & Tahendrika, A. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Menggunakan Kode QR Terhadap Kepuasan Pengguna *ShopeePay* pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS" Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadijah, Siti (2017). *Plus dan Minus Cashless di Indonesia dan Upaya Perbaikan yang perlu Ditingkatkan*, from <https://www.cermati.com/artikel/plus-dan-minus-cashless-di-indonesia-dan-upaya-perbaikan-yang-perlu-ditingkatkan>.
- Haryati, D., & Ak, M. (2019). *Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19*. <https://nextren.grid.id>.
- Kotler, P. (2016), *Managemen Pemasaran* Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.
- Malhotra. 2-6. *Deain Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mawardani, F., Niaga, P. T., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI CASHBACK TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL *SHOPEEPAY* PADA APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41808>.
- Megayani, N., Sanosra, A., Reskiputri, T. D., & Muhammadiyah Jember, U. (2021). Pembayaran Cashless dengan Sistem QR Code dan *Perceived Trust* terhadap Kepuasan Pengguna *Shopeepay*. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(1), 63–71. <https://doi.org/10.31539/BUDGETING.V3I1.3123>

- Mulyani, A. Y., Sabanni, S. R., & Nabila, A. (2022). PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS SILIWANGI MENGENAI PENGGUNAAN E-WALLET (SHOPEE PAY) SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN NON TUNAI. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 2(4), 95–106. <https://doi.org/10.55047/TRANSEKONOMIKA.V2I4.152>
- Naufal Aly, M., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung). *EProceedings of Management*, 7(1).  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11657>.
- Pangestu, M.G., Fadhillah, Y., Pandiangan, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna *E-Wallet ShopeePay* di Kota Jambi.
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Praselia, I. A., & Suwitho, S. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT PEMBELIAN ULANG PADA APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4899>.
- Rizki, A.G., Hidayat, K. and Rahma Devita, I.d., 2019. *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa SI Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-Commerce)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), pp.49-56.
- Satyadharma, Kevin Gemilang & Budi Sudaryanto (2021). Analisis Faktor Price Value, Social Influence, Hedonic Motivation, Trust, Ease of Use Penggunaan Layanan Mobile Payment, from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32400>.
- Silalahi, P.R., Tambunan, K., Batubara, T.R. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ulil Albab*.
- Simamora, H. (2016), *Managemen Sumber Daya Manusia Edisi 2*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.