

DAFTAR REFERENSI

- Acehbesarkab.go.id. (2024). *Pemkab Aceh Besar Dorong Inovasi UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Daerah*.
- Acehutara.go.id. (2024). *Pemerintah Kabupaten Aceh Utara*.
- Agustin, A., Marvella, D., & Deviarti, H. (2023). The impact of e-wallet towards consumer behavior in Indonesia moderated by consumers aged 15-30. *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601048>
- Al-mizan, J., Islam, J. H., Issn, E. S., Stai, B., Chiek, T., Kulu, P., & Email, I. (2024). *QRIS sebagai Wujud Pelaksanaan Amanah Syariah dalam Bermuamalah* □. 6468, 144–154.
- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah. (2024). Analisis Penggunaan QRIS Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102–115.
- Ariel, J., & Iriyanty, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Berkelanjutan E-Wallet. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia* •, 46(2), 113–130.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Chi, Y. W., Mohamed, I. P., & KP, M. (2020). Understanding the Factors Influences Users Continuous Intention Towards E-Wallet in Malaysia: Identifying the Gap. *Research in Management of Technology and Business*, 1(1), 312–325. <http://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Dede, A. J., Hariyanto, D., & Safitri, H. (2024). *The Influence of Digital Wallet and Online Shopping Application on Financial Behavior of Generation Z in Pontianak*. <https://doi.org/10.4108/eai.2-8-2023.2340781>
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Fahira Nur, P. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan

- Pembelian pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 79–87. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.279>
- Goodstats.id. (2024). *Nominal Transaksi QRIS Makin Meningkat, Tembus Rp42 T!* <https://goodstats.id/article/nominal-transaksi-qris-makin-meningkat-kalini-capai-rekor-nGJLY>
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Indonesia.go.id. (2024). *UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis?lang=1>
- Jundy Kumoro, C., Ryandini, E. Y., & Samin, N. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Pembayaran QR Code (QRIS) di Toko Fisik. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(2), 97–112. <https://doi.org/10.56916/jimab.v3i2.865>
- Ming, K. L. Y., Jais, M., Wen, C. C., & Zaidi, N. S. (2020). Factor Affecting Adoption of E-Wallet in Sarawak. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(2). <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v10-i2/7446>
- Muhammad, R., Dwi, K., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Inovasi Dan Implementasi Peran Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 127–133. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.789>
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Nikmatul Maula, P., Tri Inda Fadhila, R., & Rahmat Daim, H. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Keuangan Syariah di Sumatera Utara. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 6(2), 262–280. <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i2.856>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Populix. (2024). *Data: 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/aplikasi-e-wallet-terpopuler-di-indonesia>

- Putri, S. F., Fera, K., Rusdi, H. N., & Indah, R. K. (2024). *Pengaruh metode pembayaran qris terhadap keputusan pembelian pada umkm*. 2(2), 219–227.
- Sava, A. A., Mas'ud Mizoguchi, K., Hardika, R. A., Luthfyardy, R. N., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa ITS : Studi Kasus Kantin Pusat ITS. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 98–111. <https://doi.org/10.59581/jusiik-widyakarya.v2i1.2302>
- Sulistiyani, P. A. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era. *Jurnal Pemasaran*, 5(1).
- Sumowo, S. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Swalayan UD . Rikam Jaya Kabupaten Bondowoso Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Email : ahmadhafidul12@gmail.com*.
- Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Windria, A., Reviany Mege, S., Eri Werdani, R., & Vokasi, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kendaraan Roda Tiga Pada UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 388–404.
- Wiwi, & Syahlanisyiam. (2022). *Penggunaan Internet di kalangan masyarakat*. 2, 40–49.