

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2023). *Metode penelitian ekonomi dan bisnis: Konsep dan contoh penelitian* (Cetakan pertama). CV Mega Press Nusantara.
- APJII. (2024, February 7). *APJII jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aristiana, M., Waluyo, B., & Muchtasib, A. B. (2019). Factors that influence people interest in using a digital platform as a ZIS payment (Case study Go-Pay). *International Conference of Zakat*, 50–59. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.156>
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan e-service quality terhadap keputusan menggunakan fitur Go-Food dalam aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 291–303.
- Asmawi, S. (2017). *Zakat: Sebagai kekuatan ekonomi umat* (Cetakan pertama). Phoenix Publisher.
- ASPI. (n.d.). *Mengenal QRIS: Satu QRIS untuk Seluruh Pembayaran*. ASPI. https://aspi-indonesia.or.id/aset/mengenal_qris.html
- Bakri, S. W., Anwar, N., & Muslihati, M. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan, risiko dan kepercayaan dalam penggunaan layanan QRIS terhadap tingkat kepatuhan muzakki di LAZISMU Sulawesi Selatan. *Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah*, 2(3), 215–230. <https://doi.org/10.58578/ajisd.v2i3.2941>
- Bank Indonesia. (2019). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang implementasi standar nasional Quick Response Code untuk pembayaran* (hlm. 1–30). Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/padg_211819.pdf

- Bank Indonesia. (2020). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, risiko terhadap minat menggunakan ulang Shopeepay di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dwi, I. (2019). Pengaruh literasi terhadap kepercayaan muzakki pada lembaga pengelola zakat dengan akuntabilitas dan transparansi sebagai variabel inte. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23
- Fatmawati, H., & Aini, S. N. (2024). Pengaruh kemudahan pembayaran, transparansi, dan kepercayaan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat di LAZIS Nurul Falah. *Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 5(2), 124–144.
- Febriyan, A. N., Najib, M. A., & Utami, K. D. S. (2025). Analisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan transparansi terhadap intensi membayar ZISWAF melalui platform e-commerce Shopee (Studi pada Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa (LAZ Harfa) di Provinsi Banten). *Islamic Economics Journal*, 117–140.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 25 (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardani, dkk. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group.

- Harjoni. (2024). *Mengenal lebih dekat manajemen zakat, infak, shodakah dan waqaf*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis regresi dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*. CV Eureka Media Aksara
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi Offset.
- Kholifah, N. N., & Ridwan, M. R. (2024). Pengaruh kemudahan dan *trust* terhadap keputusan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam berdonasi melalui lembaga ZISWAF. *Journal of Shariah and Islamic Economics*, 5(3), 350–360
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Mahardika, A., Widjana, A., Basuki, R., & Rachmat, —. (2011). *Factors determining acceptance level of internet banking implementation*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 14(2).
- Mardiantri, A. (2019). Peranan zakat, infak dan sedekah (ZIS) dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Metro (Studi pada LAZISNU Kota Metro). *Jurnal Syariah dan Hukum*, 17(1), 151–165.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (Studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda *Canarium indicum* L.). *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Mukhyi, M. A. (2023). *Metodologi penelitian: Panduan praktis penelitian yang efektif*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- Munawaroh, H. I. (2020). *Pengaruh promosi, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian online melalui sistem e-commerce*

- Shopee (Studi kasus mahasiswa santri Pondok Pesantren Al Barokah)* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Mursyid, H. (2023). *Fikih pengelolaan zakat*. Eureka Media Aksara
- Mutmainnah, I. (2020). *Fikih zakat*. DIRAH
- Nasution, F. N. (2004). *Penggunaan teknologi informasi berdasarkan aspek perilaku (Behavioral aspect*
- Novelycy, A. (2023). *Pengaruh kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan muzaki BAZNAS Boyolali menggunakan layanan zakat online* (Skripsi). Universitas Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan, dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology (fintech) pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222.
- Nurhayati. (2022). *Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap keputusan menyalurkan elektronik zakat, infak, dan sedekah menggunakan aplikasi BSI Mobile* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Pasaribu, B. S., et al. (2022). *Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis*. Media Edu Pustaka
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus pada masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135
- Rahman, R. (2021). *Cara praktis penulisan karya ilmiah dalam bahasa Indonesia*. Zahir Publishing.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun loyalitas pelanggan*. Zifatama
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknis pendidikan dan eksperimen*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.

- Rozak, A., & Hidayati, W. S. (2018). *Pengolahan data dengan SPSS*. Erhaka Utama
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102
- SABDA. (n.d.). *Kemanfaatan*. Kamus SABDA
- SABDA. (n.d.). *Kemudahan*. Kamus SABDA
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Setyawan, D. A. (2014). *Modul statistika: Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian*. Politeknik Kesehatan Kemenkes Surakarta.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi sistem pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-19). Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Edisi ke-22). Alfabeta.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54–68.
- Wawancara dengan Bapak A, Dompot Dhuafa. (2025)
- Zulkiflil. (2020). *Panduan praktis memahami zakat, infak, sedekah, wakaf dan pajak*. Kalimedia