

Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembayaran Digital QRIS pada CV Printku

Tihani Nafa Az Zahro¹, Nisa Novia², Sentot Imam Wahjono³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

Corresponding Author: Tihani Nafa Az Zahro

Published: May, 2025

ABSTRAK

Kepercayaan konsumen memainkan peran krusial dalam adopsi pembayaran digital, termasuk sistem QRIS yang semakin populer di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kepercayaan konsumen memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di CV Printku. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei kepada pelanggan CV Printku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan, kemudahan, dan pengalaman transaksi sebelumnya berkontribusi signifikan terhadap tingkat kepercayaan dan kesediaan konsumen dalam beralih ke pembayaran digital QRIS. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan guna memperkuat kepercayaan pelanggan dalam transaksi digital.

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, QRIS, CV Printku

ABSTRACT

Consumer trust plays a crucial role in the adoption of digital payments, including the increasingly popular QRIS system in Indonesia. This study aims to analyze the extent to which consumer trust influences their decision to use QRIS as a payment method at CV Printku. The research employs a quantitative approach, collecting data through surveys of CV Printku customers. The findings reveal that factors such as security, convenience, and previous transaction experiences significantly contribute to consumer trust and willingness to transition to QRIS digital payments. The implications of this study can be utilized by businesses to enhance marketing strategies and services to strengthen customer trust in digital transactions.

Keywords:

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Berbagai aspek kehidupan manusia diubah oleh perkembangan teknologi informasi yang pesat, termasuk cara transaksi keuangan dilakukan. Adanya QRIS, atau Quick Response Code Indonesian Standard, sebuah standar kode QR nasional yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia untuk menyediakan metode pembayaran digital yang mudah dan praktis, merupakan salah satu inovasi besar dalam industri pembayaran digital. Salah satu metode pembayaran yang dapat digunakan oleh bisnis kecil dan menengah seperti CV Printku adalah QRIS, yang dapat mempercepat transaksi dan sekaligus memperluas jangkauan pelanggan.

Namun demikian, adopsi teknologi pembayaran digital seperti QRIS bergantung pada kecepatan dan kemudahan transaksi serta tingkat kepercayaan pelanggan terhadap sistem. Kepercayaan pelanggan adalah faktor utama yang menentukan keberhasilan penggunaan pembayaran digital di CV Printku. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran di CV Printku.

Keyakinan konsumen bahwa suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen (Morgan & Hunt, 1994). Kepercayaan dalam pembayaran digital mencakup hal-hal seperti keamanan transaksi, privasi data, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas penyedia layanan (Gefen, 2000). Konsumen yang percaya pada sistem pembayaran digital cenderung merasa nyaman dan yakin saat menggunakannya.

Menurut Bank Indonesia (2020), QRIS, standar pembayaran digital nasional, memungkinkan pelanggan melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai atau kartu fisik. Dimaksudkan untuk mengintegrasikan berbagai penyedia pembayaran dalam satu kode QR yang sama, sehingga memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi.

Kajian Teori

1. Kepercayaan konsumen dalam konteks teknologi digital

Kepercayaan konsumen adalah bagian penting dari adopsi teknologi digital, termasuk sistem pembayaran seperti QRIS. Menurut Mayer et al. (1995), kepercayaan terdiri dari tiga dimensi utama: kemampuan (ability), kebaikan hati (benevolence), dan integritas (integrity). Dalam konteks QRIS, dimensi ini mencakup persepsi konsumen tentang keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan ketepatan sistem pembayaran.

2. Pembayaran digital Qris

Transaksi yang dilakukan melalui media elektronik daripada uang tunai disebut pembayaran digital. Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) menciptakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), sistem pembayaran digital berbasis kode QR. Tujuan QRIS adalah untuk meningkatkan efisiensi dan inklusi dengan menggabungkan berbagai kode QR dari berbagai penyedia layanan pembayaran. Bank Indonesia (2020) menyatakan bahwa QRIS dirancang untuk meningkatkan inklusi keuangan nasional dan meningkatkan efisiensi sistem pembayaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap adopsi pembayaran digital QRIS di CV Printku. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal, bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dalam penggunaan QRIS.
2. Populasi dan Sampel Populasi penelitian adalah pelanggan CV Printku yang telah atau berpotensi menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, dengan jumlah responden yang ditentukan berdasarkan pertimbangan relevansi dan keterjangkauan.
3. Pengumpulan Data Data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terkait tingkat kepercayaan, kemudahan penggunaan, pengalaman transaksi sebelumnya, dan faktor keamanan QRIS. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur terkait serta laporan industri keuangan digital.
4. Teknik Analisis Data Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan regresi linier untuk mengukur hubungan antara variabel kepercayaan konsumen dengan penggunaan QRIS. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembayaran digital.

Instrumen Penelitian Kuesioner terdiri dari skala Likert untuk mengukur persepsi konsumen terhadap QRIS. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk memastikan keakuratan data yang dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran di CV Printku mengalami peningkatan signifikan selama periode Februari hingga April. Setiap harinya, lebih dari 50 pelanggan memilih QRIS untuk bertransaksi, menunjukkan pergeseran preferensi ke pembayaran digital yang lebih cepat dan efisien. Tren ini didukung oleh berbagai faktor, salah satunya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kenyamanan sistem pembayaran ini.

Kepercayaan konsumen memainkan peran penting dalam keputusan mereka menggunakan QRIS. Berdasarkan survei terhadap pelanggan CV Printku, 80% responden menyatakan bahwa mereka merasa aman dengan sistem pembayaran QRIS. Fitur autentikasi berlapis dan perlindungan data pengguna menjadi faktor utama yang meningkatkan rasa percaya terhadap teknologi ini. Keamanan yang terjamin mendorong pelanggan untuk semakin sering menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Selain keamanan, kemudahan penggunaan QRIS juga menjadi faktor utama yang mendorong adopsi pembayaran digital ini. Sebanyak 78% responden menganggap QRIS lebih praktis dibandingkan metode konvensional, seperti pembayaran tunai atau kartu. Proses transaksi yang hanya

memerlukan pemindaian kode QR mempercepat pembayaran dan mengurangi antrean di kasir, menjadikannya pilihan yang lebih efisien bagi pelanggan CV Printku.

Pengalaman transaksi sebelumnya juga berpengaruh dalam membangun kepercayaan terhadap QRIS. Sebanyak 72% responden menyatakan bahwa pengalaman positif dalam menggunakan QRIS meningkatkan kecenderungan mereka untuk terus menggunakan sistem pembayaran ini. Konsistensi dalam kemudahan dan keamanan transaksi membantu memperkuat adopsi teknologi digital dalam lingkungan bisnis.

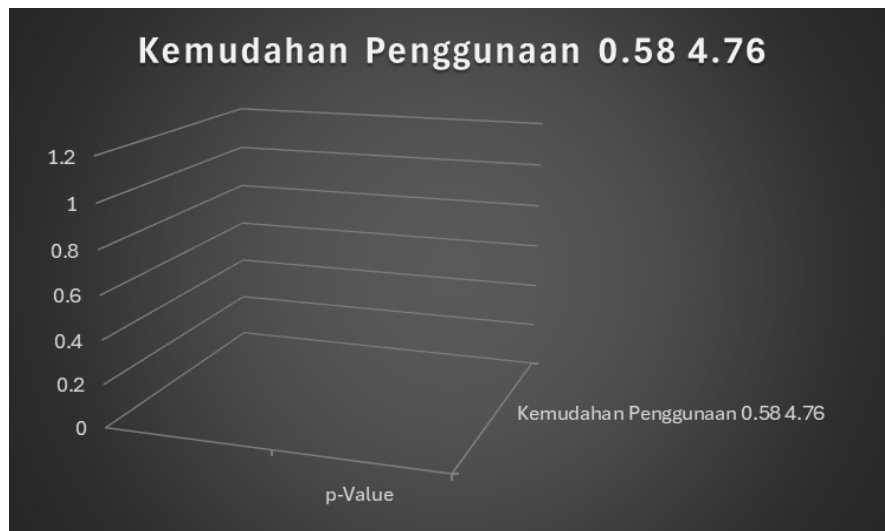
Untuk memahami hubungan antara kepercayaan konsumen dan penggunaan QRIS, dilakukan analisis regresi linier menggunakan SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran menggunakan QRIS.

Berikut adalah tabel hasil perhitungan regresi linier:

Variabel	Koefisien Beta	t-Statistik	p-Value
Kepercayaan Konsumen	0.65	5.23	< 0.001
Keamanan QRIS	0.43	3.89	0.002
Kemudahan Penggunaan	0.58	4.76	< 0.001

Dari tabel di atas, terlihat bahwa semua variabel memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pelanggan menggunakan QRIS. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin besar kemungkinan pelanggan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama mereka.

Selain analisis statistik, data juga divisualisasikan dalam grafik tren penggunaan QRIS di CV Printku selama periode Februari hingga April. Grafik berikut menunjukkan perkembangan jumlah transaksi harian yang dilakukan menggunakan QRIS:



Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi CV Printku dalam meningkatkan layanan pembayaran digital. Dengan melihat kepercayaan konsumen sebagai faktor utama, bisnis dapat memperkuat komunikasi mengenai keamanan QRIS serta menawarkan edukasi kepada pelanggan tentang cara bertransaksi dengan aman. Peningkatan transparansi dalam sistem pembayaran juga dapat membantu memperkuat kepercayaan pelanggan.

Untuk mempertahankan tren positif ini, CV Printku dapat menerapkan strategi pemasaran berbasis kepercayaan. Misalnya, memberikan insentif bagi pelanggan yang menggunakan QRIS, seperti diskon atau cashback, untuk mendorong adopsi lebih lanjut. Selain itu, edukasi melalui media sosial atau kampanye pemasaran dapat membantu meningkatkan pemahaman pelanggan tentang manfaat QRIS.

Meskipun penggunaan QRIS mengalami peningkatan, masih terdapat tantangan yang perlu dihadapi. Beberapa pelanggan mungkin mengalami kesulitan teknis, seperti kesalahan dalam pemindaian kode QR atau gangguan jaringan. Oleh karena itu, dukungan teknis yang responsif menjadi faktor penting dalam memastikan pengalaman pelanggan tetap positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Pembayaran Digital QRIS pada CV Printku, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki peran krusial dalam adopsi sistem pembayaran digital. Faktor keamanan QRIS, kemudahan dalam bertransaksi, serta pengalaman positif sebelumnya menjadi aspek utama yang meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakan QRIS. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara tingkat kepercayaan konsumen dan keputusan untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama. Peningkatan jumlah transaksi QRIS dari Februari hingga April mencerminkan perubahan pola pembayaran pelanggan CV Printku yang semakin mengarah ke

digitalisasi. Keamanan dan kenyamanan yang ditawarkan QRIS menjadikannya pilihan yang lebih unggul dibandingkan metode pembayaran konvensional. Namun, masih terdapat beberapa tantangan, seperti kendala teknis dalam pemindaian kode QR atau jaringan yang tidak stabil, yang perlu diperhatikan agar adopsi QRIS dapat berjalan lebih optimal.

Saran

1. Edukasi Konsumen CV Printku dapat menyediakan informasi yang lebih luas mengenai manfaat dan keamanan QRIS kepada pelanggan, baik melalui media sosial maupun kampanye pemasaran langsung.
2. Optimalisasi Sistem Pembayaran Untuk memastikan transaksi berjalan lancar, CV Printku dapat meningkatkan jaringan dan sistem operasional QRIS sehingga pelanggan tidak mengalami kendala teknis saat bertransaksi.
3. Promosi dan Insentif Memberikan diskon atau cashback bagi pelanggan yang menggunakan QRIS dapat meningkatkan adopsi dan loyalitas pengguna terhadap sistem pembayaran digital ini.
4. Kerja Sama dengan Penyedia QRIS CV Printku dapat bekerja sama dengan pihak perbankan atau penyedia QRIS untuk memberikan layanan pembayaran yang lebih inovatif serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.
5. Meningkatkan Keamanan Data Meskipun QRIS telah memiliki fitur keamanan yang cukup baik, CV Printku dapat terus memastikan transparansi dan perlindungan data pelanggan agar kepercayaan terhadap sistem ini tetap tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Abdulla Obaid. Fam, Soo-Fen. Wahjono, Sentot Imam. Nusa, Fatin Najwa Mohd. 2023. TQM practices and ERP system to enhance the UAE DP world innovation work behavior through innovative culture: A review. *Quality-Access to Success*. Vol. 24, No. 194.

Ahmad, Abdulla Obaid. Fam, Soo-Fen. Chuan, Zun Liang. Wahjono, Sentot Imam. Nusa, Najwa Mohd. Hussein, Saleh Ali. 2022. Integration of TQM practices and ERP to enhance innovation culture and innovative work behavior: A proposed framework. *Journal of Positive School Psychology*. Vol. 6, No. 3, 4668-4676. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/issue/view/30>

Anisah, Siti. Wahjono, Sentot Imam. (2023). Mengkaji Kelebihan dan Kelemahan E-Commerce Shopee Indonesia. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [MENGKAJI-KELEBIHAN-DAN-KELEMAHAN-E-COMMERCE-SHOPEE-INDONESIA.pdf](#)

Arifin, Kezia Maysa. Wahjono, Sentot Imam. Ramadhani, Saputri (2023). Manajemen operasi hotel di ekonomi digital melalui e-commerce. Researchgate. [Manajemen-Operasi-Hotel-di-Ekonomi-Digital-Melalui-E-commerce.pdf](#)

Aulia, Shella. Wahjono, Sentot Imam. (2023). Penerapan IOT pada Bisnis E-Commerce Tokopedia. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [PENERAPAN-IOT-PADA-BISNIS-E-COMMERCE-TOKOPEDIA.pdf](#)

Basir, Nurul Muniroh. Wahjono, Sentot Imam. 2014. [The Effectiveness of Training Towards Job Satisfaction with Job Performance as a Mediating Variable at Agricultural Agency: Evidence from Malaysia](#). BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal. 11 (02).

Beralldy, Hauri Uljanati. Wahjono, Sentot Imam. (2024). Fintek di Weverse. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [Fintek-di-Weverse.pdf](#)

Colquitt, Jason A. Lepine, Jeffery A. Wesson, Michael J. 2013. *Organizational Behavior*. McGraw-Hill. New York

Danarti, Tri. Wahjono, Sentot Imam. Salbiyah, Siti. 2021. Theory of Planned Behavior terhadap Kinerja Mahasiswa dengan Mind Mapping sebagai mediasi. *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal*. Vol. 18, No.01, Januari 2021, Pp.211-218. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/7221/pdf>.

Fam, Soo-Fen. Soo, Jia Hui. Wahjono, Sentot Imam. 2017. Online Job Search Among Millennial Student in Malaysia. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*. 8(1). 1-10. DOI: 10.15294/jdm. https://journal.unnes.ac.id/artikel_nju/jdm/10406.

Fi'atuz, Zharifah. Wahjono, Sentot Imam. (2024). Manfaat dan Bahaya P2P Lending bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. [MANFAAT-DAN-BAHAYA-P2P-LENDING-BAGI-UMKM-DI-INDONESIA.pdf](#)

Hasanah, Ismiatul. Wahjono, Sentot Imam. (2024). Manfaat dan Bahaya Mobile Payment bagi UMKM Bakso Aci. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [Manfaat-dan-Bahaya-Mobile-Payment-bagi-UMKM-Bakso-Aci.pdf](#)

Hermanto, Muhammad. Wahjono, Sentot Imam. (2023). Peran e commerce dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM). Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [Peran-e-commerce-dalam-meningkatkan-daya-saing-usaha-kecil-dan-menengah-UKM.pdf](#)

Intany, Chantika Aulia. Wahjono, Sentot Imam. (2024). Manfaat dan Risiko Mobile Payment bagi Masyarakat di Indonesia. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [Manfaat-dan-Risiko-Mobile-Payment.pdf](#)

Khusna, Asmaul. Wahjono, Sentot Imam. (2024). Potensi E-commerce bagi Bisnis kecil dan Start-up di Indonesia. Universitas Muhammadiyah Surabaya. Researchgate. [Potensi-E-commerce-Bagi-Bisnis-Kecil-Dan-Start-up-Di-Indonesia.pdf](#)

Marina, Anna. Warsidi. Wahjono, Sentot Imam. Balafif, Sabri. Kurniawati, Tri. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Rumah Sakit Islam di Jawa Timur memilih Software Aplikasi “Si Aisyah” PLJSIAS UMSurabaya. *Eksansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*. Vol. 13 Issue 2. Pp 178-191

Marina, Anna & Wahjono, Sentot Imam. (2017). Business Ethics for Business Sustainability in Muhammadiyah Hospital: Evidence from Ponorogo, Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*. Vol 32 No. 3 pp178-189. DOI: <https://doi.org/10.22146/jieb.17146>.

Ningrum, Anis Rahmawati. Wahjono, Sentot Imam. Wardhana, Andi. Choidah, Noer. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Siantar Top, Tbk di Sidoarjo. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Pp.255-264. DOI (PDF): <http://dx.doi.org/10.24269/iso.v5i2.791.g548..>

Pakkanna, Mukhaer. Rasulong, Ismail. Akhmad. Wahjono, Sentot Imam. (2020). Microfinance Institutions and Women Empowerment: Evidence In The Rural Areas of Tangerang, Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research (IJSTR)* ISSN: 2277-8616, Volume-9 Issue-02. pp. 3994-3999.

Palazzeschi, Letizia. Bucci, Ornella, and Di Fabio, Annamaria. (2018). Re-thinking Innovation in Organizations in the Industry 4.0 Scenario: New Challenges in a Primary Prevention Perspective. *Frontiers in Psychology Journal*. January. doi: [10.3389/fpsyg.2018.00030](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00030)

Purwanto, Eko. Wahjono, Sentot Imam. Dahruji. (2023). Pengaruh motivasi dan kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan pada agensi produk cabang Surabaya. *Journal Business and Management*. Vol. 1 Issue 2. p 125-134.

Radel, Juergen. (2017). Organizational Change and industry 4.0 (id4). A perspective on possible future challenges for Human Resources Management. *Industrie von Morgen*. November.

Rahayu, Titis, Auji Nur Masita, Sentot Imam Wahjono, dan Syamsul Hidayat. (2017). Pengendalian Manajemen sebagai Alat Penilaian Kinerja di Unit Pembiayaan Mikro di Surabaya. *Jurnal Balance* Vol. XIV No. 1 pp. 87-102.

Rayyani, Wa Ode; Ahmad Abbas, Ahmad; Ayaz; Mohammad; Indrawahyuni; Wahjono, Sentot Imam. (2022). The Magnitude of Market Power between SCBs and SBUs: the Root Cause of Stagnancy of the Growth in Islamic Banking Industry and Spin-off Policy as its Solution. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 7(1). 97 – 120.

Rodiyah, Aisyah. Wahjono, Sentot Imam. (2024). Peran Internet of Things (IOT) dalam Industri Transportasi. Resarchgate. [PERAN-INTERNET-OF-THINGS-IOT-DALAM-INDUSTRI-TRANSPORTASI.pdf](#)

Robbins, Stephen P. (2014). *Organizational Behavior*. Pearson: Boston.

Saleh, Hasan. Wahjono, Sentot Imam. Ismail, Albert Feisal. Aman Othman. Muthu, Kaliamah Marie. (2015). Work-Life Balance (WLB) Relationship with Employee Satisfaction: An Evidence from Malaysia Higher Education Institution. *International Journal of Science Commerce and Humanities*, Vol. 3 No. 2, pp: 50-60.

Safiudin, Frumeyza Chabella. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment System dan Penggunaan Internet Terhadap Tingkat keberhasilan Ovo. Repository Universitas Muhammadiyah Surabaya. [LAMPIRAN.pdf](#)

Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Soo-Fen Fam. Rasulong, Ismail. (2023). Crowdfunding to Finance SMEs: New Model After Pandemic Disease. *Sustainability Science and Resources*. 5 (1) p. 1-19. Indonesian Forestry certification Cooperation (IFCC).

Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Soo-Fen Fam. Oktaviani, Marista. Alamin, Muhammad Salman Bintang Rahmat. (2023). Research on the Success of the Crowdfunding Platform Performance in the Funder Dana Project Indonesia Facebook Community. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*. 6 (1) p. 126-138. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Wahjono, Sentot Imam. (2022). *Perilaku Organisasi*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Wahjono, Sentot Imam, Soo-Fen Fam, Mukhaer Pakkanna, Ismail Rasulong, Anna Marina. (2021). Promoting Creators Intentions: Measuring of Crowdfunding Performance. *International Journal of Business and Society*. Vol. 22 No. 3. Pp. 1084-1101.

Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Rahim, Abdul Rahman. Rasulong, Ismail. Indrayani, Tri Irfa. (2020). *Perilaku Organisasi, di era revolusi industri 4.0*. Penerbit RajaGrafindo Perkasa, Depok.

Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Soo Fen, Fam. Hasan, Asriani. (2020). Equity-Based Crowdfunding Project: Affect on Social Capital. *Advances in Business Research International Journal (ABRIJ)*. 6(1). 5058. Publisher: Universiti Teknologi MARA, Malaysia.

Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Rasulong, Ismail. Soo Fen, Fam. (2020). Leave management information system using Inside DPS software for efficiency of human resources management. *Kinetik: Game Technology, Information System, Computer Network, Computing, Electronics, and Control*. Vol. 5, No.3, Pp.211-218. Publisher: Universitas Muhammadiyah Malang.

Wahjono, S.I., Marina, A., Bachok, M.Y.K., & Mochklas, M. (2017). The Importance of MPIS on RK for further ITS implementation in Malaysia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences (IJAAAS)*, Volume 4, Issue 9, pp. 53 – 60.

Wahjono, Sentot Imam. (2017). Crowdfunding and a better world. *The World Financial Review*. EBR Media Ltd. <https://worldfinancialreview.com/crowdfunding-and-a-betterworld/>

Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Widayat. (2016). Critical Analysis of Crowdfunding to Finance SMEs in Muslim Countries. *Jurnal Balance* Vol. XIII No. 2 pp. 1-13.

Wahjono, S.I., Marina, A., Perumal, S. D. A/P., & Wardhana, A. (2016). The Impact of Performance Appraisal on Job Satisfaction with Quality of Supervisor-Employee as a Moderating variable at State Owned Company. *International Journal of Advanced Scientific Research & Development (IJASRD)*, 03 (04/III), pp. 224 – 237.

Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.