

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M., Pratama, Y. B., & Wahyuzi, Z. (2025). Analisis pengaruh komentar TikTok terhadap citra merek dan popularitas Erigo serta Uniqlo di pasar Indonesia menggunakan algoritma IndoBERT. *INOMATEC: Jurnal Inovasi dan Kajian Multidisipliner Kontemporer*, 1(3), 721–743.
- Armanto, J. (2025, 22 Desember). *Viral gerai Roti O tolak tunai, FKBI tegaskan QRIS hanya opsional*. Indoposco.id.
- Arry. (2025, 21 December). *Viral Roti'O tolak nenek bayar tunai harus pakai QRIS, manajemen buka suara*. Newscast Indonesia.
- Bank Indonesia. (2020). *Quick response code Indonesian standard (QRIS)*. Bi.go.id.
- Berliana, N. E. (2022, 7 April). *Perkembangan industri roti di Indonesia*. Kumparan.
- Bima, I. A., & Jati, R. P. (2026). Membaca Reog Ponorogo di Media Sosial: Analisis Resepsi Generasi Z terhadap Konten Instagram @Reyogchestra. *KOLONI*, 5(2), 1428–1441.
- Blanchett, D., Haryanto, J. O., & Syahrivar, J. (2023). Oppositional decoding influences under Stuart Hall: A Case Study of the Advertisement “The NFL is for everyone.” *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 48–68.
- Cheng, C. C., Krumwiede, D., & Sheu, C. (2009). Online audio group discussions: A comparison with face-to-face methods. *International Journal of Market Research*, 51(2), 1–18.
- Clow, K. E., & Baack, D. E. (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (9 (ed.)). Pearson.

- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Erfendy, U. (2025). Pemaknaan khalayak terhadap konten promosi pariwisata pada akun Tiktok Pesona Indonesia. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(6), 5536–5542.
- Fathimah, A. N. (2025). Audience encoding-decoding analysis in TikTok's dark romance content. *ELite Journal: International Journal of Education, Language and Literature*, 5(4), 18–31.
- Ge, Y. (2023). Analysis of transcultural communication of eastern brands based on encoding and decoding theory: Taking Issey Miyake for example. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 1008–1014.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). Sage Publications.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies* (pp. 63–87). Hutchinson.
- Ida, R. (2014). *Metode penelitian studi media dan kajian budaya* (Edisi 1). Prenadamedia Group
- InterActive QRIS. (2025). *Pertumbuhan transaksi QRIS yang melonjak memahami revolusi pembayaran digital di Indonesia*. Qris.interactive.co.id.
- Jatisidi, A., & Sebastian, K. (2022). Pemaknaan khalayak mengenai brand message Choco Drink (Studi Resepsi Konten Akun Instagram @Chocodrink.id). *Avant Garde*, 10(1), 99.

- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan brand image terhadap kepuasan konsumen melakukan pembayaran menggunakan QRIS. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325.
- Kampung Kaleng. (2024, 3 Juli). *Perkembangan industri bakery di Indonesia: Dari tradisional ke modern*. Kampungkaleng.com.
- Keller, K. L. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024, 23 September). *Menkeu tegaskan pentingnya digitalisasi transaksi pemerintah untuk percepatan pertumbuhan ekonomi*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Publishers.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5th ed.). SAGE Publications.
- kumparanBISNIS. (2021, 16 Maret). *Sri Mulyani sebut 4 alasan penting transaksi digital harus diatur*. Kumparan.
- Murphy, P. (2025, 11 November). *Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia - We Are Social Indonesia*. We Are Social Indonesia.
- Musfirah, A. (2026, 7 April). *Social media as the new search engine: Perubahan perilaku konsumen digital di 2026*. Coulava.
- NapoleonCat. (2026, Januari). *Instagram users in Indonesia*. NapoleonCat.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.

- Ramadhan, A. S. (2025). *Makna konsumen tentang kualitas dan identitas merchandise band resmi, bootleg, dan bajakan di berbagai platform penjualan* (Skripsi, Universitas Bakrie).
- Rasyid, A. R. (2024, 1 Juni). *Apa itu uang digital? Ini pengertian dan implikasi dalam era digital*. Bayarind.
- Salim, M. P. (2022, 26 Desember). *PT Sebastian Citra Indonesia, Perusahaan yang Lebih Dikenal dengan Merek Roti'O*. Liputan6.com.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code Indonesian standard (QRIS) sebagai alat pembayaran digital. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 17(2), 237–247.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Vanis, C. (2025, 28 Juli). *Inilah pemilik Roti'O Indonesia sebenarnya*. Metro TV News.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2017). *Introducing communication theory: Analysis and application* (6th ed.). McGraw-Hill Education.