

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, N. F.& Nurmahdi, A. (2019). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Service Quality on User Satisfaction in Using Snaap Communication Application in Ignatius Slamet Riyadi Karawang Elementary School. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 849-855.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan GO-PAY pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol 6, No 1*, 88-103.
- Andryusalfikri, Zakaria Wahab, Marlina Widiyanti. (2019). Effect of Trust, Quality of Products and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City. *International Journal of Management and Humanities Volume 3 Issue 12*, 1-6.
- Arifiyanto, M.& Kholidah, N. (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Server*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Arthana R, Y. W. & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking) Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi Volume 7 No 1*, 25-44.
- Artini. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam TA 2016-2017 UIN Sumatera Utara. *Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Badan Pusat Statistika. (2021, Oktober 12). Dipetik Desember 8, 2022, dari <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Bank Indonesia*. (2018, Desember 1). Dipetik Desember 15, 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Bestari, N. P. (2021, July 08). *Transaksi GoPay & OVO Cs Naik Tinggi, Bye Uang Kertas?* Dipetik Februari 14, 2023, dari CNBCINDONESIA: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210708123559-37-259293/transaksi-gopay-ovo-cs-naik-tinggi-bye-uang-kertas>
- Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (2007). *Contemporary Business Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bunjamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Malang: CV.Literasi Nusantara Abadi.
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of Mobie Money by Poor Citizen of India: Integrating Trust into The Technology Acceptance Model. *Info Vol 17 No 3*, 58-68.
- Devita, V. D. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Dipetik Maret 20, 2023, dari iprice.co.id: <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Dewi, et al. (2021). *Entrepreneurial Marketing Customer Relationship Marketing Inovasi Produk dan Daya Saing UKM Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Dewi, I. R. (2022, Agustus 03). *Saldo GoPay & OVO Cs Rp 10 Triliun Dijamin LPS atau Tidak?* Dipetik Februari 14, 2023, dari CNBCINDONESIA: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220803171826-37-360876/saldo-gopay-ovo-cs-rp-10-triliun-dijamin-lps-atau-tidak>
- Djaali. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Firdaus, M. (2020). *Ekonometrika : Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi Vol 1 No 6*, 94-103.
- Hakim, L.& Suhendra, E. S. (2021). The Influence of Perception of Benefits, Easy of Use, Use, Trust, And Availability of Features on Satisfaction of Use of BCA

- Mobile Banking Services (Sejabodetabek). *International Journal of Science, Technology & Management*, 1731-1736.
- Haque-Fawzi, et al. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books.
- Hariyani, I., Serfiani, C. Y.& Purnomo, R. S. D. (2018). *Penyelesaian Sengketa Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasya, R. (2022, Agustus 7). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. Dipetik Desember 15, 2022, dari GoodStats: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Huda, N. (2016). Perilaku Pencarian Informasi oleh SMK Triguna Utama dengan Menggunakan Model Theory of Reason Action. *Skripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- I'tishom, M. F., Martini, S.& Novandari, W. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Harga terhadap Sikap serta Keputusan Konsumen untuk Menggunakan Go-pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) Volume 22 No 4*, 514-532.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Karnadi, A. (2022, Maret 24). *5 Dompot Digital Ini Paling Banyak Dipakai di Indonesia*. Dipetik Maret 20, 2023, dari dataindonesia.id.
- Khasanah, U. (2021). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: UAS PRESS.
- Kotler, P. A. (2006). *Prinsip- Prinsip Pemasaran edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurnianingsih, H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmia Akuntansi dan Teknologi Vol 12. No. 1*, 1-13.

- Meileny, F. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia. *Skripsi pada Universitas Telkom.*
- Mubarok, R. G. (2021). *Memahami Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Making Indonesia 4.0.* Lampung: Queency Publisher.
- Nasution, D. S.& Aminy, M. M. (2019). *Ekonomi Digital.* Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Natakusumah, F. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung). *Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.*
- Nguyen, O. T. (2020). Factors Affecting the Intention to Use Digital Banking in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 3*, 303-310.
- Nurvitasari, E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur GRABFOOD). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Volume 9 No 3* , 1472-1481.
- OVO. (2017). Dipetik November 17, 2022, dari [www.ovo.id](http://www.ovo.id)
- Pakhapahan, et al. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah.* Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Perwitasari, D. M. (2022, November 10). *Pengguna Aplikasi Dompot Digital Capai 87%.* Dipetik Februari 15, 2023, dari Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-aplikasi-dompot-digital-capai-87>
- Pithaloka, K. R. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking BRI di Indonesia (Studi Kasus: Generasi Y dan Generasi Z). *Skripsi pada Universitas Telkom.*
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Bandung: Alfabeta.

- Pribadi, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah*.
- Purwandari, et al. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Rahadi, D. R. (2020). *Financial Technology*. Jakarta: PT. Filda Fikrindo.
- Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Skripsi pada Universitas Islam Indonesia*.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing*. Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Riyanto, S.& Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Rizky, N., Yasa, I. N. P.& Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan terhadap Minat Menggunakan E-Banking dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol: 9 No: 3*, 191-202.
- Rosmayanti. (2019, Januari 24). *Apa Itu Dompot Digital?* Dipetik Desember 10, 2022, dari Wartaekonomi: <https://wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompot-digital>
- Sadya, S. (2022, September 27). *Transaksi Digital, Konsumen Pilih E-Wallet atau Mobile Banking?* Dipetik Desember 15, 2022, dari dataindonesia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking>
- Saleh, M. Y.& Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Sah Media.
- Sandhi, I. N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Digital Payment. *Skripsi pada Universitas Telkom*.

- Sari, H. P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY). *Skripsi Thesis pada Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sarwono, J. (2014). *Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2017). *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer dalam SPSS 23*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Singh, N. & Sinha, N. (2020). How Perceived Trust Mediates Merchant's Intention to Use a Mobile Wallet Technology. *Journal of Retailing and Consumer Services Volume 52*, 1-13.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodo Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA CV.
- Sujarweni. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syahril, W. N. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen Vol 3 No 2*, 175-253.
- Yusup, D. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Agrowisata Kampoeng Jamboe terhadap Word of Mouth Pengunjung. *Skripsi pada STIA Banten*.