

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A., & Rifaldi, R. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Internet Skills Pada Pengguna Internet Banking. *E-Proceeding of Management*.
- Allmann, K., & Blank, G. (2021). Rethinking digital skills in the era of compulsory computing: methods, measurement, policy and theory. *Information, Communication & Society*.
- Anderson, J. (2009). M-banking in developing markets: competitive and regulatory implications. *WORKING PAPER*.
- Anderson, J. (2010). M-banking in developing markets: competitive and regulatory implications. *WORKING PAPER*.
- Annur, C. M. (2022, Maret 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Annur, C. M. (2022, Juni 22). *Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia, Siapa Juaranya?* Diambil kembali dari [databoks:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya)
- Annur, C. M. (2022, 06 22). *Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia, Siapa Juaranya?* Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya>
- Annur, C. M. (2022, June 22). *Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia, Siapa Juaranya?* Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya
- Annur, C. M. (2022, September 08). *Kepemilikan Ponsel di Indonesia Melonjak 68% dalam 1 Dekade Terakhir*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/>

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/08/kepemilikan-ponsel-di-indonesia-melonjak-68-dalam-1-dekade-terakhir>
- APJII. (2022). *SURVEI PROFIL INTERNET INDONESIA 2022*. Jakarta: apjii.or.id.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Ashari, M., & Idris, N. S. (2019). KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL GENERASI DIGITAL NATIVE. *PBBI*.
- Badan Pusat Statistik. (t.thn.). *Persentase Penduduk yang Memiliki/Menguasai Telepon Seluler Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah 2019-2021*. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/indicator/2/395/1/persentase-penduduk-yang-memiliki-menguasai-telepon-seluler-menurut-provinsi-dan-klasifikasi-daerah.html>
- BI. (2022). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- BPS. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah (Jawa), 2017-2021*. Diambil kembali dari [jateng.bps.go.id: https://jateng.bps.go.id/indicator/12/766/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah.html](https://jateng.bps.go.id/indicator/12/766/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah.html)
- BPS. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business Research Methods 12th Edition. Dalam D. R. Cooper, & P. S. Schindler, *Business Research Methods 12th Edition* (hal. 338). New York: McGraw-Hill Companies.
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling -Tingkat Dasar-*. Semarang: Lentera Ilmu.
- Dani, A. (2022, Juli 28). *R Tabel PDF dan Uji Validitas*. Diambil kembali dari Wiki Elektronika: <https://wikielektronika.com/r-tabel-uji-validitas/>
- Desai, V. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*.

- Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2014). Measuring Digital Skills. *Digital Skills to Tangible Outcomes project report*.
- Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2015). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS). *Information, Communication & Society*.
- Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS). *Information, Communication & Society*.
- DPRD Surakarta. (t.thn.). *Selayang Pandang Kota Surakarta*. Diambil kembali dari <https://dprd.surakarta.go.id/>: <https://dprd.surakarta.go.id/selayang-pandang/#:~:text=Selain%20itu%20Kota%20Solo%20juga,karakteristik%20mirip%20wanita%20dari%20Solo>.
- Fathurrahmani, Herpendi, & Hafizd, K. A. (2021). PENTINGNYA MEMILIKI DIGITAL SKILLS DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal WIDYA LAKSMI*.
- Giri, R. R., & Wellang, K. M. (2016). Impact of website design, trust, and internet skill on the behaviour use of site internet banking in Bandung Raya: A modification of the utaut model. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*. Diambil kembali dari <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-85013465902&partnerID=MN8TOARS>
- Giri, R. R., Santoso, B. R., & Bratawisnu, M. K. (t.thn.). Consumer Perceptual Mapping Towards e-Banking Channel. *2017 Fifth International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*. doi:doi:10.1109/icoict.2017.8074686
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. ANISA KECAMATAN TELUKDALAM KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. United Kingdom: Annabel Ainscow.
- Hampton, K. N., Robertson, C. T., Fernandez, L., Shin, I., & Bauer, J. M. (2021). How variation in internet access, digital skills, and media use are related to

- rural student outcomes: GPA, SAT, and educational aspirations. *Telematics and Informatics*.
- Handayani, & Ririn. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Jatengprov. (t.thn.). *BPR BKK Dituntut Terapkan "Mobile Banking"*. Diambil kembali dari <https://jatengprov.go.id/>: <https://jatengprov.go.id/publik/bpr-bkk-dituntut-terapkan-mobile-banking/>
- Kata Data Insight Center & Kominfo. (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*. Indonesia: Kata Data Insight Center; Kominfo.
- Katadata Insight Center & Kominfo. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. Indonesia: Katadata dan Kominfo.
- Kominfo. (2011, September 27). *Menkominfo: Indonesia Masih Hadapi Kesenjangan Digital*. Diambil kembali dari <https://www.kominfo.go.id/>: https://www.kominfo.go.id/content/detail/1574/menkominfo-indonesia-masih-hadapi-kesenjangan-digital/0/sorotan_media
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Penerbit Erlangga.
- Kumar, P., Pillai, R., Kumar, N., & Tabash, M. I. (2022). Interaksi keterampilan, literasi keuangan digital, kemampuan, dan otonomi dalam pengambilan keputusan keuangan dan kesejahteraan. *Elsavier*.
- Kusnandar, V. B. (2021, Ocktober 14). *Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Lin, H.-F. (2013). Determining the relative importance of mobile banking quality factors. *Computer Standards & Interfaces*.
- Mapgeo. (t.thn.). *Profil Kondisi Geografis Kota Surakarta*. Diambil kembali dari mapgeo.id: http://mapgeo.id:8826/umum/detail_kondisi_geo/19
- Morissan, M. A. (2012). Metode penelitian survei. Dalam A. C. Wardhani, & F. H. U., *Metode penelitian survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Mutia, A. (2022). *Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet atau Mobile-Banking*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>
- Mutia, A. (2022, Agustus 06). *Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet atau Mobile-Banking*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods 7th Edition*. Dalam W. L. Neuman, *Social Research Methods 7th Edition* (hal. 204). Harlow: Pearson Education Limited.
- nperf. (t.thn.). *coverage map, Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.nperf.com>: <https://www.nperf.com/en/map/ID/-/5119.Telkomsel/signal/?ll=-7.451439869481741&lg=111.70607568949019&zoom=8>
- OJK. (2022). *YUK! KETAHUI PERKEMBANGAN LAYANAN PERBANKAN DI ERA SERBA DIGITAL*. Diambil kembali dari sikapiuangmu.ojk.go.id:
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20660>
- OJK. (t.thn.). *LAYANAN DIGITAL BANKING*. Diambil kembali dari sikapiuangmu.ojk.go.id:
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>
- Oktavianoor, R. (2020). Kesenjangan Digital Akibat Kondisi Demografis di Kalangan Masyarakat Rural . *Journal of Information and Library Science*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *LAYANAN DIGITAL BANKING*. Diambil kembali dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>:
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, Oktober 13). *TRANSFORMASI DIGITAL PERBANKAN: WUJUDKAN BANK DIGITAL*. Diambil kembali dari

sikapiuangmu.ojk.go.id:

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>

Otoritas Jasa Keuangan. (2022, oktober 12). *TRANSFORMASI DIGITAL PERBANKAN: WUJUDKAN BANK DIGITAL*. Diambil kembali dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>:
sikapiuangmu.ojk.go.id

Pinto, L. G., Cavique, L., & Santos, J. M. (2022). Marketing Mix and New Product Diffusion Models. *Procedia Computer Science*.

Rosa, M. C. (2022, 03 06). *10 Provinsi Terkaya di Indonesia, Punya Pendapatan Daerah Tertinggi*. Diambil kembali dari <https://www.kompas.com/https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/06/211200981/10-provinsi-terkaya-di-indonesia-punya-pendapatan-daerah-tertinggi?page=all>

Rusmana, D., Murtini, W., & Harini. (2020). PENGARUH KETERAMPILAN DIGITAL ABAD 21 PADA PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN PESERTA DIDIK SMK. *Universitas Negeri Surabaya*.

Santoso, S. (2021). *Analisis Structural Equation Modelling (SEM) menggunakan AMOS 26*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Santoso, W., Sitorus, P. M., Batunanggar, S., Krisanti, F. T., Anggadwita, G., & Alamsyah, A. (2021). Talent mapping: a strategic approach toward digitalization initiatives in the banking and financial technology (FinTech) industry in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*.

Saunders, M. (2012). Research Methods for Business Students (6th Edition). Dalam M. Saunders, P. Lewis, & A. Thornhill, *Research Methods for Business Students (6th Edition)*. Cranbury: Pearson Custom Publishing.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Introduction to Research. Dalam U. Sekaran, & R. Bougie, *Research Methods For Business 7th Edition* (hal. 2). Chichester: John Wiley and Sons, Ltd. .

- Subianto, T. (2007). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Syah, R., Darmawan, D., & Purnawan, A. (2019). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI . *Jurnal AKRAB*.
- Van Deursen, A., & Van Dijk, J. (2014). *Digital Skills: Unlocking the Information Society*. New York: Palgrave Macmillan.
- Van Dijk, J. A. (2012). The Evolution of the Digital Divide The Digital Divide turns to Inequality of Skills and Usage. *Digital Enlightenment Yearbook 2012*.
- Vasile, S., Mototo, L., & Chuchu, T. (2021). Using “Memes” as a Marketing Communication Tool in. *International Review of Management and*.
- We Are Social. (2022, Januari 26). *DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH*. Diambil kembali dari <https://wearesocial.com/>: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Wichman, J. R., Uppal, A., Sharma, A., & Dekimpe, M. G. (2022). A global perspective on the marketing mix across time and space. *International Journal of Research in Marketing*.