

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Tanveer, Y., Mehmood, K., & Ahmad, W. (2018). How Website Quality Affects Online Impulse Buying: Moderating Effects of Sales Promotion and Credit Card Use. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30, 725–748. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2017-0056>
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Arwin, Hutagalung, D. S., & Berlien, V. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1), 189–198. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1335>
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *None*, 5(4), 251442.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.
- Eriyanto, A. I. (2011). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta. Prenada Media Group).
- Fabris, N. (2019). Cashless Society - The Future of Money or a Utopia? *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 8(1), 53–66. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2019-0003>
- Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan e-Money Indomaret Card di Pontianak. *Techno.Com*, 16(4), 401–410. <https://doi.org/10.33633/tc.v16i4.1515>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Hartati, S., & Nurdin, I. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media

Sahabat Cendekia Pondok Maritim Indah.

Harwani, Y., & Safitri. (2017). Security and Ease of Use Effect on Customers' Satisfaction Shopping in Tokopedia. *Journal of Resources Development and Management*, 33, 20–29.

<https://pdfs.semanticscholar.org/1820/8161180bcb0817ebf495d133722a368f09e0.pdf>

Hendartyo, M. (2020). *Ipsos: ShopeePay Dompot Digital Paling Unggul, Ovo Peringkat Kedua*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1402335/ipsos-shopeepay-dompot-digital-paling-unggul-ovo-peringkat-kedua>

Hussain, A., Mkpojiogu, E. O. C., & Yusof, M. M. (2016). Perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived enjoyment as drivers for the user acceptance of interactive mobile maps. *AIP Conference Proceedings*, 1761. <https://doi.org/10.1063/1.4960891>

Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta – Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, Vol-2,(Iss-11 (Nov, 2017)), pp: 995-1007. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.11.7>

Indonesia, B. (2020). *Jumlah Transaksi Uang Elektronik*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>

Ipsos. (2020). *Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*. [www.ipsos.com](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferennce_-_e-wallet_-_id_0.pdf). https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferennce_-_e-wallet_-_id_0.pdf

Isrososiawan, S., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). User Mobile Payment Behavior Using Technology Acceptance Model (TAM): Study of “Dana” E-Wallet Users. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(2), 181. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.11274>

Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*, 115.

Kadir, & Djaali. (2015). Konsep, contoh dan analisis data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian. *Jakarta: Rajawali Pers*.

Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human*

Behavior, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing (14th Edition)* (14th ed., Vol. 15, Issue 2). Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing 7th european edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Kotler, P., & Keller. (2012). Marketing Management. In *Prentice Hall* (Vol. 22, Issue 4). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>

Liu, G.-S., & Tai, P. T. (2016). A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. *Economics World*, 4(6), 249–273.

Malik, A. (2020). *Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp17,23 Triliun, Ini Data Historisnya*. Bareksa.Com. <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya>

Nazarudin, H., & Pela, Y. (2016). Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Sistus D'BC Network Orifline (Studi Pada Masyarakat Fatufeto Kota Kupang). *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 2, 112–134. <http://jurnal.pnk.ac.id/index.php/bisman/article/view/59>

Nazir, M. (2014). Metode Penelitian, Cet. 10. Bogor Penerbit Ghalia Indones.

Ningsih, R. D. (2019). *Kenapa Memilih Dompot Digital sebagai Alat Pembayaran?* Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/rinidwiningsih6839/5dbff78c097f3608a92f2c22/kenapa-memilih-dompot-digital-sebagai-alat-pembayaran?page=all>

Phillip, K., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management 14th edition Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Pratama, A. M. (2019). *Orang Indonesia Paling Banyak Pakai Uang Elektronik untuk Transaksi Ritel*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2019/07/15/175400126/orang-indonesia-paling-banyak-pakai-uang-elektronik-untuk-transaksi-ritel>
- Pratiwi, T. S. (2016). Pengujian Antecedent Dari Niat Pengguna Internet Dalam Keputusan Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 7(01), 35–42.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(2), 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>
- Putritama, A., Shinta, R., & Sari, P. (2020). Factors Affecting The Interest in Using E-money for Millennials Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-money pada Generasi Milenial. *Jurnal Economia*, 16(2), 245–256.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rachmawati, I. K., Hidayatullah, S., Nuryanti, F., & Wulan, M. (2020). The effect of consumer confidence on the relationship between ease of use and quality of information on online purchasing decisions. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(4), 774–778.
- Rahim, H. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren Pada Pt. Veritra Sentosa Internasional. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 274–285.
- Reza, F. (2016). Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 64–74. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.6>
- Riduwan, S. (2011). Pengantar Statistika untuk penelitian pendidikan, sosial, ekonomi, komunikasi dan bisnis. *Cetakan Ke-4 Bandung: Alfabeta*.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Sanjaya, W. (2015). Penelitian Pendidikan, jenis metode dan prosedurnya.

Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group.

Silaen, S. (2018). Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis. Jakarta: In Media.

Singh, Srivastava, S. (2017). International Journal of Bank Marketing Consumer preference and satisfaction of M-Wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 12(7), 1–32.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sunyoto, D. (2013). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan ketiga. In CAPS. Yogyakarta.

Suryani, S., & Hendriyadi, H. (2016). *Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Prenada Media.

Syarizka, D. (2020). *Bagaimana ShopeePay Unggul dari GoPay dan OVO Selama Pandemi*. Techinasia.Com. <https://id.techinasia.com/shopeepay-unggul-gopay-ovo>

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. In Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tri Anggono, B. N., . I., & A B, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.144-153>

Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. In *IETE Technical Review (Institution of Electronics and Telecommunication Engineers, India)* (Vol. 16, Issues 3–4). <https://doi.org/10.1080/02564602.1999.11416851>

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>

Yuniar, A. (2019). *Daftar E-Wallet Terpopuler di Indonesia, Dana Raih Pengguna Aktif Terbanyak*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4037468/daftar-e-wallet-terpopuler-di->

indonesia-dana-raih-pengguna-aktif-terbanyak

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan, Kencana*. Jakarta. Deeplich.

