

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Maulana, L. H., & Andari, T. T. (2022). Pengaruh Diferensiasi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dengan Dompot Digital Dana pada Pengguna Aplikasi Dana di Kota Bogor. *VISIONIDA*, 8(1), 88. <https://doi.org/10.30997/jvs.v8i1.5472>
- Alamsyah, I. E. (2022). *Riset: Gopay Jadi Dompot Digital Paling Banyak Digunakan Konsumen*. REPUBLIKA. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rm1ypn349/riset-gopay-jadi-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-konsumen>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Almuniroh, Z. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money*. Universitas Sumatera Utara.
- Aprilia, R. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3). [file:///C:/Users/hp/Downloads/399-409+Aprilia+&+Susanti \(1\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/399-409+Aprilia+&+Susanti+(1).pdf)
- Azirah, N. (2018). *Pengaruh Kemampuan dan Pengetahuan Finansial terhadap Persepsi Kemudahan dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik di Kota Makassar*. UIN Alauddin Makassar.
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial* (p. 1). <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2018). *Mengenal Financial Teknologi (Peraturan Bank Indonesia No.18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik)*. Departemen Komunikasi BI. bi.go.id
- BPS. (2021). *Jakarta Dalam Angka*. BPS.
- Chen, C., & Li, X. (2020). The Effect of Online Shopping Festival Promotion Strategies on Consumer Participation. *Industrial Management and Data Systems*, 120(12), 2375–2395. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IMDS->

11-2019-0628

- DailySocial. (2021). *Dompot Digital yang Paling Banyak Dipakai Masyarakat*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Faridhal, M. (2019). Analisis Transaksi Pembayaran Non-Tunai Melalui E-Wallet: Persepektif dari Modifikasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 3. <https://jimfeb.ub.ac.id>
- Firdauzi, I. (2016). *Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta* [Universitas Negeri Yogyakarta]. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/44100>
- Genandy, D. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2010). *Ekonometrika Dasar*. Erlangga.
- Harlan, D. (2014). No Title. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Berinteraksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta, 1*.
- Husein, U. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 1(3), 7–8. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jkpai/article/view/882>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Edisi Revi).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management. 14th Edition*. Pearson Education.
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95.

<https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>

- Louis E. Boone, D. L. K. (2012). *Contemporary Business* (Book 14th).
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Ndraha, E. (2019). *Pengaruh Kemampuan Finansial dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Universitas HKBP Mommensen Medan)* [Universitas HKBP Nommensen]. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/2416>
- Nurchayaningtyas. (2009). *Ekonomi untuk kelas X SMA/MA*. Perbukuan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Fintech*. Otoritas Jasa Keuangan. ojk.go.id
- Palagan, G. P., Fisher, B., & Darto. (2018). *Analisis Data Statistik Menggunakan SPSS*. UM Jakarta Press. idx.co.id
- Putri, E., Utomo, W., & Murwani, J. (2018). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Penggunaan Transaksi Go-pay (Studi Kasus Pengguna aplikasi Gojek transaksi Go-pay di Kota Madiun). *FIPA Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 6(2). <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/553>
- Rangga, M. A. (2019). *Ada 37 Uang Elektronik yang Ada di Indonesia*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2019/03/23/063000326/ada-37-uang-elektronik-yang-ada-di-indonesia-apa-saja>
- Rangkuty, D. M. (2021). Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 01(01), 251–260. <https://journal.unusia.ac.id/index.php/Conferenceunusia/article/view/205>
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku Organisasi*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Rodiah, S. (2020). *Pengaruh Kemudahan penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial di Kota Semarang* [Universitas Negeri Semarang]. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>

- Safitri, N. N. (2021). *Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan, dan Kemanfaatan terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (Studi Dompot Digital Shopeepay)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Schiffman, & Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. PT.INDEK.
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, U. S. (2015). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY CARD (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1).
- Shopback Indonesia. (2021). *ShopBack Insight: Survei Perilaku Pengguna E-Commerce Q1 2021*. Kata SHOPBACK. <https://www.shopback.co.id/katashopback/shopback-insight-survei-perilaku-pengguna-e-commerce-q1-2021>
- SLN. (2019). *Mengenal Jenis-jenis Fintech*. Smartlegal.Id. <https://smartlegal.id/smarticle/2019/01/08/mengenal-jenis-jenis-financial-technology/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Edisi kedua*. Alfabeta.
- Supardi, Arikunto, & Suhardjono. (2017). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Andi Offset.
- Uly, Y. A. (2021). *BI Sebut Kenaikan Transaksi Digital Kerek Pertumbuhan Ekonomi RI*. Kompas.Com.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2017-0079>
- Weerasinghe, S., & Hindagolla, M. C. B. (2018). Technology acceptance model and social network sites (SNS): a selected review of literature. *Global*

Knowledge, Memory and Communication, 67(3), 142–153.

<https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2017-0079>

