

DAFTAR PUSTAKA

- Abrazhevich. (2014). Electronic Payment Systems: Issues of User Acceptance. *Research Gate Article Database*, 1-7.
- Ahdiat, A. (2023, Oktober 26). *Databoks Ekonomi dan Makro*. Diambil kembali dari [databoks:https://www.databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/51413b19ba7bcba/transaksi-belanja-pakai-e-money-tembus-rp38-triliun-pada-agustus-2023](https://www.databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/51413b19ba7bcba/transaksi-belanja-pakai-e-money-tembus-rp38-triliun-pada-agustus-2023)
- Alam, M. M., Awawdeh, A. E., & Muhamad, A. I. B. (2021). Using e-wallet for business process development: challenges and prospects in Malaysia. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1142-1162.
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K. (2021). The effect of *digital marketing* on purchasing decisions: A case study in Jordan. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455-463.
- Antoni. (2017). Kejahatan Dunia Maya (*Cybercrime*) dalam Simak Online. *Jurnal Nuraini* , 17 No.2, 261-274
- Amin, F., Garancang, S., & Kamaluddin, A. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 1-17.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Kelola*, 6(2), 88-103
- Amstrong, P., Kotler, & alexander, G. (2003). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Jakarta Indeks.
- Arikunto. (2009). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aprilia, R.W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. "Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA), 4(3),399-409
- Bachri, S., Putra, S. M., Farid, E. S., Darman, D., & Mayapada, A. G. (2023). The Digital Marketing To Influence Customer Satisfaction Mediated By Purchase Decision. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 578- 592.
- Besar. (2016). Kejahatan dengan Menggunakan Sarana Teknologi Informasi.

Jakarta: Diambil dari: <https://businesslaw.binus.ac.id/2016/07/31/kejahatan-dengan-menggunakan-sarana-teknologiinformasi/>. Tanggal 31 Juli 2016.

Budiman, J. (2019). *Tesis Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use, Perceived Risk dan Attitude Terhadap Intention To Use Pada Mahasiswa Calon Pengguna E money Gopay di Surabaya*. Surabaya: Catholic University Surabaya.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. United Kingdom: Pearson UK.

Chandra, C. (2017). Peranan Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Layanan, Motivasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia).

Cnnindonesia.com.(2021,15 Oktober). Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak: Jualan Online. Diakses pada 3 Juni 2024, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online>

Danuarta, G. L. N., & Darma, G. S. (2019). Determinants of using Go-pay and its impact on net benefits. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11), 173-182.

Digdowiseiso, K., & Sari, Y. K. (2022). The Impact of *Digital marketing*, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction through Purchase Decision as Interacting Variables (Case Study of User Accurate Accounting Software In Jabodetabek Area). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3).

Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka. com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 239-250.

Falah, M. N., & Puspaningrum, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePAY Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1-18.

Fitriani, Y., & Pakpahan, R. (2020). Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran *Cybercrime* di Dunia Maya atau Cyberspace. *CAKRAWALA: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(1), 21-27.

- Foster, B., Hurriyati, R., & Johansyah, M. D. (2022). The effect of product knowledge, *Benefits*, and perceptions of risk on Indonesian student decisions to use e-wallets for Warunk Upnormal. *Sustainability*, *14*(11), 6475.
- Fatih, M., Martini, S., & Nova, W. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Resiko, dan Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan GoPay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 1-19.
- Harefa, P. (2020). *Skripsi Pengaruh Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Pay*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Huwaydi, Hakim, & Persada. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya. *Jurnal Teknik*, 56-57.
- Istiono, I. (2021). *Skripsi Penerapan Metode Weight Product Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital*. Surakarta: Sekolah Tinggi Sinar Nusantara.
- Istiyana, A. N., & Triana, D. (2019, April). The Effect of Trust to Users to Use GoPay and Grab-Pay as Payment Method. In *International Conference of Ethics on Business, Economics, and Social Science (ICEBESS 2018)* (pp. 814). Atlantis Press.
- Itishom, M. F., Martini, S., & Novandri, W. (2020). Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, *22*(4), 514532
- Justin, J., & Kusumastuti, S. Y. (2022). The Influence of Security, Easy, Benefits and Community Interest on The Use of Digital Payment as A Payment Tool in Jabodetabek. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, *1*(3), 377-388.
- Kartika, H. (2019). *Kompas.id*. Retrieved 7 12, 2023, from Kompas.id: (keuangan.kontan.co.id/news/raih10-jutapengguna-dalam-satutahunsimak-fokus-gopay-tahun-ini)
- Kharisma, H. (2019). *Pengaruh Manfaat, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Pay pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Simanjuntak, L. L., & Yoestini, Y. (2021). Analisis Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Harga, dan Promosi Terhadap Penggunaan Gopay di Semarang Pada Masa Covid-19. *Diponegoro Journal Of Managment*, *10*(5)

- Kim, Donald, Ferrin, L., & Rao., H. (2015). Antecedents of Consumer Trust in BTo-C Electronic Commerce. *Proceedings of the Americas' Conference on Information Systems*.
- Kotler, & Philip. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kursini. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Prestasi Pegawai Nakertrans Sumba Barat. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 1-5.
- Machsun, R., & Halida, A. N. (2018). Waspada *Cybercrime* dan Informasi Hoax pada Media Sosial Facebook. *Khizanah Al Hikmah* , 6 No.2, 98-111.
- Mayer, & Richard. (2016). *Multimedia Learning*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Maharani, S., & Bernard, M (2018). Analisis Hubungan Reliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*, 1(5), 819-826.
- Mahalaxmi, K. R., & Ranjith, P. (2016). A study on impact of *digital marketing* in customer purchase decision in Trichy. *International Journal for Innovative Research in Science & Technology*, 2(10), 332-338.
- Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualita Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *EMAS*, 1 (1).
- Mujiyana; Damerianta, Sahni; Mukodim, Didin; Harmadi, Ashur; Indriyani. (2022). The influence of perceptions of usefulness, user ease, and security on interest in using fund e-wallet with e-trust as intervening variable. *Technium Soc. Sci. J.*, 34, 708.
- Nafisa, J., & Sukresna, I. (2018). Analisis Penggunaan Pembayaran Non Tunai terhadap Gaya Hidup Masyarakat . *Diponegoro Journal of Management*, 1-5.
- Narahdita, A. P., Aisjah, S., & Kusniyah, N. (2020). Trust and *Benefit* as antecedents of reuse intention in mobile payment services. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(4), 682-691.
- Nirmawan, H. M., & Astiwardhani, W. (2021). The effect of perceived cost, trust, usefulness, and customer value addition on intention to use of go-pay mobile payment services in small traders. *Journal of Business and Management Review*, 2(10), 715-732.
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai

Variabel Intervening, *Akuntansi*, 17(2), 277-288

- Novelino, A. (2021, Oktober 15). *CNN Indonesia Teknologi*. Diambil kembali dari CNNIndonesia: https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online#goog_rewarded
- Pahlevi, R. (2022, Januari 12). *Databoks Teknologi & Telekomunikasi*. Diambil kembali dari Databoks: <https://www.databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f8ab4439534dfec/survei-sailysocial-ovo-jadi-dompet-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Pasau, P., Ramli, A., & Haeruddin, M. I. W. (2022). *Digital marketing Effect on Decisions to Use Contractor Services:(Case Study on Facebook Fanspage PT Maswindo Bumi Mas)*. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 1(2), 188-204.
- Pramudana, A., & Santika, I. (2020). Manfaat dan Persepsi harga terhadap sikap konsumen dalam menggunakan layanan Go-Pay. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 1-19.
- Pranata, K. (2020). *Skripsi Pengaruh Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Pay*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Prasetyo, D. (2022). Berkembangnya Tren Digital Payment System. *Universitas Nasional Karangturi*.
- Pratama, & Suputra. (2019). Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27.
- Ramadhan, Prasetyo, & Irviana. (2019). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 1-15.
- Rifauddin, M., & Halida, A. (2018). Waspada Cybercrime dan Informasi Hoax Pada Media Sosial Facebook. *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 98- 111.
- Robbin, & Judge. (2016). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba 4.
- Santoso, A.T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148-158

- Saputra, H.S. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan KAI Acces di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2)
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hal.
- Sekaran. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif. Kualitatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shafira, V., & Yasri, Y. (2021). The influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk on intention to use Gopay on Gojek application users. *Operations Management and Information System Studies*, 1(4), 240-249.
- Simorangkir, E. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Trust, Self-Efficacy, Easy Of Use dan Securit Terhadap Keputusan Penggunaan Elektronik Payment (Survei pada Mahasiswa S1 UPN "Veteran" Yogyakarta).
- Sinta, S., & Sukaris, S. (2021, December). Influence Of Perception Of Ease, Security, And Features On Decision To Use Digital Wallet Gopay. In *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC)* (Vol. 1, No. 2, pp. 898903).
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Cekatan*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugandini, D., Effendi, M. I., & Istanto, Y. (2020). The Effect of Ease of Use, Usefulness, Trust, Self-efficacy, and Security on Adoption Technology.
- Sugihartono. (2018). Psikologi Pendidikan. *UNY press*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2019). *Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan*. Ponorogo: Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ponorogo.
- Usman, R. (2020). *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*. Surabaya: Jurnal Hukum Universitas Airlangga.
- Venkatesh. (2017). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Mode. *Information Systems Research*, 5.
- Walgito. (2017). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wardana, A. A., Saputro, E. P., Wahyuddin, M., & Abas, N. I. (2022, June). The effect of convenience, perceived ease of use, and perceived usefulness on

- intention to use e-wallet. In *International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)* (pp. 386-395). Atlantis Press
- Wibowo. (2018). Pengaruh Manfaat, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 1-15.
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2018) Pengaruh Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money, (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Gopay di Kota Jakarta). *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1)
- Yanto Ramli, M. M., Hariani, S., Hamzah, A. P., & Usman, F. The Implication of Features and Trust that Influence the Intention to Use the Digital Payment Application
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 69-80.
- Yazer Nasdini (2012) Digital Marketing Strategies That Millenials Find Appealing, Motivating, Or Just Annoying. *Journal Of Strategic Marketing*.
- Yogananda, Andrean Septa, dan I Made Bayu Dirgantara. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*. Vol 6 No4. Diakses pada tanggal 16 Juni 2021.
- Yogi, I. K. L., & Pramudana, K. (2021). The Effect of Ease of Transactions, Price and Perceived Usefulness on Customer satisfaction for Gopay's Feature in Gojek Application. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(5), 44-52.