

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan e-Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya*. **Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)**, 8(3), 1006–1012.
- Acelian, Restu Muhammad. (2021). *Analysis of Sales Promotion, Perceived Ease of Use and Security on Consumer Decisions to Use DANA Digital Wallet*. **International Journal of Innovative Science and Research Technology**, Vol 6, No. 1
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)*. **Journal of Chemical Information and Modeling**, Vol. 53, No. 9.
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen dan pemasaran jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Amijaya, Gilang Rizky. (2010). “*Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*”. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Anggono, Buyung Nova Tri dkk. (2020). *Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNIBA Surakarta)*. **Jurnal Ilmiah Ekonomi**, Vol. 15, No. 1
- Aprilia, Risma Weti & Susanti, Dewi Noor. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen*. **Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi**, Vol. 4, No. 3
- Ashari, Riko & Widayanto. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada.com (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang)*. **Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis**, Vol. 7, No. 1

- Babin, Barry. (2014). *Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea*, **The Journal Of Service Marketing**, Vol. 19 No. 3 hal 133 – 139.
- Badan pusat statistik. (2020). “Jumlah penduduk menurut Kecamatan, dan jenis kelamin di Kabupaten Banjarnegara 2019”. banjarnegarakab.bps.go.id (Diakses 11 Oktober 2022)
- Bank Indonesia. (2019). “*Volume Transaksi Digital di Indonesia*”. katadata.co.id (Diakses 18 Oktober 2022)
- Bayu, P. A., & Dewa, S. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*. **E-Jurnal Akuntansi**, 27, 927
- Cahyono, Yuli Tri & Adha, Afrizal Hamarta. (2022). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Aplikasi Dana Di Masa Pandemi Covid-19*. **Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol. 1**
- Dana. “#transaksibebasdrama”. dana.id (Diakses 16 Februari 2023)
- Darmawi, Herman. (2015). *Manajemen Risiko edisi 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Fahmi, Irham. (2016). *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Bandung: Alfabeta
- Fred D. Davis. (1989). “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”, **MIS Quarterly**, Vol. 13, No. 2, 319-340
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (ed.9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mamduh. (2016). *Manajemen Resiko*. Yogyakarta: YKPN.
- Hasan, Ali & Setiyaningtiyas, N. W. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul*. **Journal of Chemical Information and Modeling**, Vol. 53 No. 9, 1689-1699.
- Hasan, Ali. (2019). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.

- Himawati, Ditiya & Firdaus, Mu'minatus Fitriati. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek*. **Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOVIS) Vol. 4, No. 3**
- Iliyin, Ahmad & Widiartanto. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna OVO Di Kota Surakarta)*. **Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 9, No. 1**
- Ilmiyah, Khafidatul & Krishernawan, Indra. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Padamarketplace Shopee Di Mojokerto*. **Maker: Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen STIE SULTAN AGUNG, Vol. 6, No. 1, 31-42.**
- Istanti, F. (2017). *Pengaruh Harga,Kepercayaan, Kemudahan BerbelanjaDan E-Promosi Terhadap KeputusanPembelian Belanja Online Di KotaSurabaya*. **Jurnal Bisnis Teknologi, Vol. 4, No. 1, 14-22.**
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniaputra, Ardia Yudi & Nurhadi, Mochamad. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI*. **Journal of Business and Banking Vol. 8 No. 1**
- Latief, Fitriani & Dirwan. (2020). *Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*. **Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, Vol. 3, No. 1**
- Malau, Harman. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, Fitra. Yusuf. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX. Co.Id)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prasetya, Hendra & Putra, Eka Scenda. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya*. **Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol. 17, No. 2**

- Pratama, Randy Imam et al. (2019). *Effect of Perceived Ease of Use, Word-of-Mouth Communication, and Brand Image on Decision to Use Lazada E-Commerce Services*. **International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding**, Vol 6, No. 1
- Prayuda, Bagus Tri. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.com*. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen**, Vol. 8, No. 8
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia
- Pribadi, Arif & Gunawan, Rahmat. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus BRI Syariah Pusat)*. **Jurnal Visionida**, Vol. 6, No. 2
- Purnawan, I K.A.W & Suarmanayasa, I N. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar*. **Bisma: Jurnal Manajemen**, Vol. 7, No. 2
- Putri, Fanny Anggraeny & Irani, Sri Setyo. (2020) “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater”. **Jurnah Ilmiah Manajemen**, Vol. 8 No. 3. *Restaurant Patronage In Korea, The Journal Of Service Marketing*.
- Rossanty, Yossie dkk. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Medan: AQLI.
- Sadikin, A., Misra, I., Hudin, M.S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Saifuddin, Ahmad. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Jakarta: Kencana.
- Saifuddin, Azwar. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 3*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sari, Ika. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna e-money Flazz BCA di Bank BCA Syariah Semarang)*. IAIN Salatiga.
- Sari, Laila Ramadya dkk. (2022). *Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik Shopeepay*. **Metik Jurnal**, Vol. 6, No. 1
- Sari, Mia Andika dkk. (2020). *Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat*

Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah JABODETABEK). Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol. 18, No. 2

Sari, Risha Fatikha dkk. (2022). *Pengaruh Potongan Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9, No. 2*

Setiawan, Wawan dkk. (2022). *Analisis Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Dompot Digital (Shopee Pay). Digital Business Journal (DIGIBIS), Vol. 1, No. 1*

Subyanto, Wahyu (2019). "Dompot Digital Lokal Paling Banyak Dipakai di Indonesia". Nextren.grid.id (Diakses September 2022)

Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sukaris, Sinta. (2021). *Influence Of Perception Of Ease, Security, And Features On Decision To Use Digital Wallet Gopay. Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC), Vol 6, No. 1*

Tanjaya, S. C., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 7, No. 4.*

Umah, Umi Nadirotul & Siswahyudianto. (2022). *Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10 No. 2*

Usman, R. (2017). *Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. Yuridika, 32(1), 134–166.*

Utama, Lazuardhi & Hasanah, Misrohatun. (2019). "Berita Bisnis". viva.co.id (Diakses 19 Februari 2023)

Utami, M. C. (2019). *Implementasi Analytical Hierarchy Process (AHP) Dalam Pemilihan E-wallet Untuk Mahasiswa. 21, 3. Vol 19 No.3 hal 133 – 139.*

Waspada, Ikaputera. (2012). *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 16, No. 1, 124.*

- Widiyanti, Wiwik. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol 7, No. 1*
- Wijaya, Valentine Teja & Pahar, Bruno Hami. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pengguna Gojek. Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's), Vol. 14, No. 1*
- Wikantara, I Wayan Adi & Rastini, Ni Made. (2021). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Word Of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi. E-Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 5*
- Yudha, Hafid Nur. (2015) “*Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Pengguna Internet Banking Di Kota Surakarta)*”. **DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING Vol 4, No. 4**
- Zahara, Rasida, Nasution, Anriza Witi & Asmalidar (2021). *Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Medan. Polimedia Vol. 24 No. 1*

