

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Amoroso, D., & Lim, R. (2017). The mediating effects of habit on continuance intention. *International Journal of Information Management*, 37, 693–702. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.003>
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>
- Arrif, R. A., & Candra, Y. (2024). Pengaruh E-Trust, E-Satisfaction, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Continuance Intention E-Wallet Di Kota Makassar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 5(4), 83–95. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25, 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Bhattacharjee. (2001). Expectation Confirmation Theory Expectation Confirmation Theory explains how individuals' post-purchase satisfaction and repurchase intentions depend on the pre-purchase expectations and subsequent experiences with products or services. <https://open.ncl.ac.uk>
- Bka, A., Susilowati, N., Precillia Anggraeni, H., Bela Khurota Ayun, A., Puji Astuti, I., & Dhesta Arfindha, E. (2025). jurnal pendidikan akuntansi indonesia pengaruh diskon dan fitur cashback pada e-wallet terhadap minat transaksi non-tunai mahasiswa the effect of discounts and cashback features on e-wallets on students' interest in non-cash transactions.
- Chang, Y., & Zhu, D. H. (2012). The role of perceived social capital and flow experience in building users' continuance intention to social networking sites in China. *Computers in Human Behavior*, 28, 995–1001. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.01.001>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, J. , S. R. , & J. (2020). Demographic influences on E-payment services. *International Journal of E-Business Research*, 13(1), 44–65. <https://doi.org/10.4018/IJEER.2017010103>

- Devira Norma. (2025). *the influence of trust, promotion, and cardless cash withdrawal on user loyalty of the gopay application among generation z in purwokerto skripsi*.
- Everlin, S., & Erlyana, Y. (2020). Analisis Perubahan Desain Logo Gojek Tahun 2019. DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media, 1(1), 72–88. <https://doi.org/10.38010/dkv.v1i1.11>
- Ferani, N., Ningsih, S., & Kristiyanti, L. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Berkelanjutan Dalam Penggunaan E-Wallet ShopeePay. 2(3), 123–128. <https://doi.org/10.69714/bpfdzf10>
- Frederic S. Mishkin. (2008). *Ekonomi Uang, Perbankan, Pasar Keuangan 1(ed.9)* (8th ed.). Penerbit Salemba. <https://books.google.co.id/books?id=YyurAYQ695AC>
- Gojek. (2021). Gojek memiliki lebih dari 20 layanan.
- Gojek. (2024). Annual-Merchant-Report-2024.
- Gusmeri, & Tun Huseno. (2024). Peran Kepercayaan Dalam Mediasi Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Identitas Kependudukan Digital Di Kota Payakumbuh. *Equilibrium*, 13.
- Hair, Joseph F, Christian M Ringle, Marko Sarstedt, G Tomas M.Hult, Nicholas P Danks, & Soumya Ray. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*.
- Hartono, B., & Setiawan, D. (2023). Korelasi pertumbuhan ekonomi dengan adopsi fintech di Indonesia. *Indonesian Journal of Financial Technology*, 12(1), 78–92.
- Haryono. (2016). Analisis pada Structural Equation Modeling. *NUCLEUS*, 1(2), 50–57. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.160>
- Haryoprato. (2020). Ekonomi Digital. www.jamkrindo.co.id,
- Heny Kurnianingsih. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12.
- I Made Darsana. (2023). Strategi Pemasaran.
- Ir. Agustina Shinta, M. P. (2011). Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press (Ub Press). <http://www.ubpress.ub.ac.id>

- Jakpat Special Report. (2024). *Premium Report Indonesia Fintech Trends 2024 - 2nd Semester of 2024*.
- Jateng. (2023). Survei penetrasi internet Jawa Tengah 2023.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*, 235.
- Julianta Pradnyana, W., Trisna, K., Made Yunita, I., & Sugiartana, W. (2024). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Pengalaman dan Kepuasan Terhadap Minat Penggunaan Gopay di Tokopedia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 217–222. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Kotler, & keller. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Mahir, A. W., Budi, P., Kartawinata, R., & Akbar, A. (2023). *Financial Technology 4.0 Indonesia Perspective 2023*.
- Malik, D. A., & Kumaladewi, N. (2024). skripsi analisis faktor-faktor kepuasan pengguna e-wallet menggunakan end user computing satisfaction (eucs) dan importance performance analysis (ipa) (studi kasus: dompet digital indonesia (dana)).
- Marhami, Erika Nurmartiani, Kosasih, & Ony Djogo. (2024). Analisis Persepsi Pengguna E- Payment Gopay Dalam Mencapai Product Market Fit Menggunakan Value Proposition Canvas. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Marissa Grace Haque-Fawzi, Denok Sunarsi, Nurjaya, Ahmad Syarief Iskandar, & Heri Erlangga. (2022). *STRATEGI PEMASARAN*. Pascal Books.
- Masaalah Marasabessy. (2023). 210504210023.
- Melisa Panggabean, R., Lorenza Harianja, C., & Saputra, I. (2024). Analisis Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Indonesia (GoPay) dengan Menggunakan Metode TAM. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(4), 1479–1487. <https://doi.org/10.47065/josh.v5i4.5379>
- Mulyanto, D., Pradiska Budi, A., Indonusa Surakarta, P., Samanhudi No, J. K., & Laweyan Surakarta Jawa Tengah, K. (2025). Halaman | 301 Penerapan Pemasaran Digital Dan Kinerja Umkm: Dukungan Faktor Lingkungan Internal Dan Eksternal. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk>
- Nurul Hidayah, Hendestri Br Sembiring, Amelia Putri, & Nurbaiti Nurbaiti. (2025). Analisis Peran Kualitas Data dalam Membangun Kepercayaan dan Kepuasan

- Konsumen di E-Commerce. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 46–61. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i4.1527>
- Pemerintah Kota Semarang. (2024). Badan Pusat Statistik Kota Semarang Bps-Statistics Semarang Municipality Kota Semarang Dalam Angka Semarang Municipality In Figures 2024 Badan Pusat Statistik Kota Semarang Bps-Statistics Semarang Municipality Semarang Kota Dalam Angka.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2008). *buku prinsip-prinsip pemasaran* (penerbit erlangga, Trans.; 12th ed.). PT Gelora Aksara Pratama.
- Populix. (2022). *Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*.
- Ramadan, C. S., & Efnita, Y. (2024). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Customer Satisfaction dalam Bertransaksi menggunakan Layanan Mobile Payment Dana (Studi Kasus: Seluruh Pengguna Dana di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 193. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2993>
- Rena Yolanda. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Keberlanjutan Pengguna Layanan Aplikasi Gojek (Studi Kasus Di Kecamatan Bekasi Utara).
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. PT. Muara Karya (Anggota IKAPI). Rizky Wicaksono, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Rizki Aprilia Dwi Susanti, Poppy Indrihastuti, & Dewi Fardahlia. (2021). 432185-none-882bcf7f-2.
- Salamatun Asakdiyah. (2023). Kepuasan Pelanggan Di Era Digital : Strategi Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Jangka Panjang.
- Salfaniz, S., Diniyah, I., Nuriah, S., Dwi Wangsa, A., & Hadita. (2024). Strategi Promosi Pada Platform Dompot Digital Gopay Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Konsumen (Vol. 3, Issue 3). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Savitri, R., Nadia, F. N. D., & Yogatama, G. A. (2021). Teori Convergent Validity. *Jurnal Diversita*, 9(1), 140–151. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i1.9131>
- Shang, D. , & W. W. (2017). *FR EC Research Reports*.
- Sri Devi, & Rindang Matoati. (2022). Citra Merek sebagai Pemoderasi Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay.

- Sry Rahayu Ningsih Sitorus, Pajhar Ainun Berutu, Arini Handayani, Muhammad Ariansyah, & Sari Wulandari. (2025). Pengaruh demografi terhadap adopsi pembayaran digital di Indonesia. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(3), 220–231. <https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i3.5799>
- Susanto, R., Pratama, A., & Sari, N. (2023). Dinamika sosial ekonomi masyarakat multikultural dalam adopsi teknologi. *Jurnal Sosiologi Ekonomi*, 11(1), 34–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jse.v11i1.2023>
- Suyanto. (2023). mengenal dompet digital di indonesia.
- Syafrida Hafni Sahir. (2023). *Dompot Elektronik (E-Wallet)*.
- Thompson, A. (2016). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*, 23e 23rd Edition Arthur Thompson-eBook PDF pdf download. <https://ebookluna.com/product/ebook-pdf-crafting-executing-strategy-the->
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=LGvvzwEACAAJ>
- Tri Septy Lutpiana, Suadi Sapta Putra, & Kumba Digdowiseiso. (2023). The Influence Of Sales Promotion, Service Quality, And Price Perception On The Interest In Using Shopeepay E-Wallet Among Management Students At The National University. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Vera Maria, Sherla Dara Rizky, & Aisar Muhammad Akram. (2024). Mengamati Perkembangan Teknologi dan Bisnis Digital dalam Transisi Menuju Era Industri 5.0. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(3), 175–187. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i3.2239>
- Vinka Indriani Susanto, & Alexander. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood di Kota Tangerang.