

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Dia Nur. (2017). Konsumsi Media Masyarakat Pedesaan Pada Tayangan Televisi Lokal (Studi Program Stasiun Dangdut di JTV pada Masyarakat di Desa Wetonmas Jedong, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto RT/RW: 29/03). <https://eprints.umm.ac.id/>
- Alifiardi, Arrizky Azhar. (2019). *The Influence Of Perceived Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Risk Towards Gojek Actual Usage With Behavioral Intention To Use As Intervening Variabel*. <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Andi Thahir, E. (2014). Psikologi Belajar (Pengantar dalam Memahami Psikologi Belajar). Bandar Lampung.
- Anjani, Made Dwi. (2018). *The Audience Habit of Media Consumption in The Transition of Digitalization Broadcasting in Central Java*. <https://www.atlantis-press.com/>
- Ardianto, Prisma. *Cashless Society di Indonesia Masih Terbatas*. Diakses pada Agustus 16, 2022. <https://investor.id/finance/301915/>
- Azharudin, Nabilah. *Cashless Society Marak di Tengah Pandemi COVID-19*. *Digitalbisa.id*. Diakses pada Januari 1, 2022. <https://digitalbisa.id/artikel/cashless-society-marak-di-tengah-pandemi-covid-19-1gTUz>
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Bandung : Alfabeta.
- Bank Indonesia. *Elektronifikasi, Peran BI Terkait Elektronifikasi, Program Elektronifikasi*. Diakses pada Agustus 16, 2022. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Caffaro, Federica. Dkk. (2020). *Drivers od farmers' intention to adopt technological innovation in Italy: The role of information sources, perceived usefulness, and perceived ease of use*. <https://reader.elsevier.com/>
- Chaplin, J.P. Alih Bahasa oleh Kartono, K (2009). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Press
- Chiosa, A. R., & Anastasiei, B. (2017). *Negative Word-Of-Mouth: Exploring The Impact Of Adverse Messages On Consumers' Reactions On Facebook*. *Review Of Economic & Business Studies*. <http://e-journal.uajy.ac.id/>

- Cui, Di & Wu, Fang. (2019). *The Influence of Media Use on Public Perceptions of Artificial Intelligence in China: Evidence from an online survey*. <https://journals.sagepub.com/>
- Davis, Fred D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New-End User Information System*. <https://www.academia.edu/>
- Davis, Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. <https://www.jstor.org/>
- Dewi, Intan R. Data Terbaru Berapa Pengguna Internet di Indonesia 2022. Diakses pada Agustus 16, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompnet-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>
- Dihni, Vika Azkiya. Kadence: OVO Jadi Platform Pembayaran Digital Terpopuler di Indonesia. *Databoks.katadata.co.id*. Diakses pada Desember 28, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/22/kadence-ovo-jadi-platform-pembayaran-digital-terpopuler-di-indonesia>
- Disperkimta. Perkembangan Teknologi Informasi. Diakses pada Agustus 16, 2022. <https://disperkimta.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/perkembangan-teknologi-informasi-78>
- Ernawati, Nopy & Noersanti, Lina. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. <http://repository.stei.ac.id/>
- Fatimah Kartini Bohang. (2018). Orang Indonesia Pakai Internet untuk Apa. Diakses pada 21 Juni 2022 <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/20080077/orang-indonesiapakai-internet-untuk-apa>
- Faridhal, Mazaya. (2019). Analisis Transaksi Pembayaran Nontunai Melalui E-Wallet: Perspektif Dari Modifikasi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2. <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Fickri, Ebie. (2017) Persepsi Dan Sikap Masyarakat Santri Pondok Pesantren Terhadap Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Pondok Pesantren Bumi Sholawat di Lampung Tengah). <http://repository.radenintan.ac.id/>
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glover, Michael. Word of Mouth Marketing in 2021: How to Create a Strategy for Social Media Buzz and Skyrocket Referral Sales. *Bigcommerce.com*. Diakses pada Desember 28, 2021. <https://www.bigcommerce.com/blog/word-of-mouth-marketing/#what-is-word-of-mouth-marketing>
- Gokhe, Megha. (2012). *Information and Communication Technology*. <https://www.scribd.com/>
- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for eServices Context *. 23, 5–23.
- Hidayat, Angga T, R. (2019). *The Influence of Internet Advertising and e-WOM on Perception and Purchase Intention of B2C E-Commerce Customers in Indonesia*. <https://journal.uii.ac.id/>
- Hidayat, Anggara. (2018). Pengaruh Iklan Di Internet Dan E-WOM Terhadap Persepsi Dan Niat Beli Konsumen E-Commerce B2C. <https://journal.trunojoyo.ac.id/>
- Huyogo. Gonta ganti istilah pembatasan kegiatan masyarakat. *CNN*. Diakses pada Desember 27, 2021. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210722070140-20-670613/gonta-ganti-istilah-pembatasan-kegiatan-masyarakat>
- Ikhsan, Khairul. & Sunaryo, Deni. (2020). *Technology Acceptance Model, Social Influence and Perceived Risk in Using Mobile Applications: Empirical Evidence in Online Transportation in Indonesia*. Jurnal Dinamika Manajemen.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y.K., Slade, E., & Williams, M.D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context: A State of the Art Analysis and Future Directions*. 6: Springer.
- Jaringanprima. Indonesia Menuju Cashless Society. *Jaringanprima.co.id*. Diakses pada Desember 30, 2021. <https://www.jaringanprima.co.id/id/indonesia-menuju-cashless-society>
- Jatmika, Aningias. Dompot Digital Makin Diminati, Sudah Yakin Keamanannya. *Money.kompas.com*. Diakses pada Januari, 1 2022. <https://money.kompas.com/read/2021/10/25/183300926/dompot-digital-makin-diminati-sudah-yakin-dengan-keamanannya->

- Javier, Faisal. E-Wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021. *Datatempo.co*. Diakses pada Juni 6,2022. <https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kadir, Abdul. (2008). *Membuat Sistem Informasi Penjualan Berbasis WEB dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Gava Media
- Karnadi, Alif. Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022. *dataindonesia.id*. Diakses pada Juni 6, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- Kawakami, Tomoko. (2012). *The Effect of Personal and Virtual Word of Mouth on Technology Acceptance*. <https://www.researchgate.net/>
- Kominfo. Terjadi Pergeseran Penggunaan Internet selama Masa Pandemi. Diakses pada September 20,2022. https://www.kominfo.go.id/content/detail/26060/terjadi-pergeseran-penggunaan-internet-selama-masa-pandemi/0/berita_satker
- Kotler and Armstrong. (2018). *Principle of Marketing*. 7th Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rakhmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kumar, Jitender. (2020). *Cashless Economy-Literature Review and Relevant Facts*. <https://www.researchgate.net/>
- Kusnandar, Viva Budy. Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021. *Databoks.katadata.co.id*. Diakses pada Desember 27,2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>
- Lusianah. Dompot Digital Makin Dinikmati, Pahami Kelebihan dan Kekurangannya. Diakses pada Agustus 27,2022. <https://accounting.binus.ac.id/2021/12/20/dompot-digital-makin-dinikmati-pahami-kelebihan-dan-kekurangannya/>
- Machdar, Nera Marinda. (2020). *The Effect of Information Quality on Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use*. <https://www.researchgate.net/>

- Maharseni, Ni W, R. (2018). Analisis Faktor-Faktor tingkat Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model. <https://repository.usd.ac.id/>
- Mailizar. Almanthari, A. & Maulina, S. (2021). *Examining Teachers' Behavioral Intention to Use E-learning in Teaching of Mathematics: An Extended TAM Model*. <https://www.researchgate.net/>.
- Meyer, Christine F D. & Petzer, Daniel J. (2014). Product Involvement and Online Word Of Mouth in The South African Fast Food Industry. <https://www.proquest.com/>
- Annur, Cindy Mutia. (2022). Bank Indonesia: Transaksi Uang Elektronik RI Tembus Rp 35 Triliun per Desember 2021. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Nasri, W. and Charfeddine, L. (2012) *Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behaviour*. The Journal of High Technology Management Research. <https://www.sciencedirect.com/>
- Neill, Ruth D. Dkk. (2020). *Media Consumption and Mental Health During COVID-19 Lockdown: a UK cross-sectional study across England, Wales, Scotland and Northern Ireland*. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/>
- Ning, Chuanlin. Dkk (2020). *Media Exposure and Media Credibility Influencing Public Intentions for Influenza Vaccination*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/>
- OJK. Sadari, Amati, Ikuti Perkembangan Financial Technology. Diakses pada September 22,2022. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10424>
- P.C. Lai. (2018). *Security as an extension to TAM Model: Consumers intention to use a single platform E-payment System*. <https://www.researchgate.net/>
- Palupi, Triasty Widya. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan OVO terhadap Transaksi Online. <https://repository.unej.ac.id/>
- Parnawi, Afi. (2020). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Pratama, Andhika B. & Suputra, I Dewa Gede D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. <https://ojs.unud.ac.id/>

- Putri, Khairunnisa Devani A P. (2020). Pengaruh Terpaan Informasi Prostitusi Seungri Eks Big Bang di Media Sosial Twitter terhadap Sikap *Followers* @SeungriID. <http://jvi.ui.ac.id/>
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama
- Ratheeswari, K. (2018). *Information Communication Technology in Education*. <https://www.researchgate.net/>
- Riani, Asnida. (2021). Prediksi Perubahan Kebiasaan Belanja Pascapandemi, Produk Ramah Lingkungan sampai Pembayaran digital. Diakses pada Juni 6,2022. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4608124/prediksi-perubahan-kebiasaan-belanja-pascapandemi-produk-ramah-lingkungan-sampai-pembayaran-digital>.
- Rifchy, Arief D. Dkk. (2019). Persepsi Masyarakat Kecamatan Tenggarong Tentang Program 86 Net Tv Dalam Membentuk Citra Polri. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/>
- Rinwantin. & Pujiastuti, Yanti. (2022). *TAM (Technology Acceptance Model) Approach to Analyze Community's Interest in Using E-Money*. <https://ojs2.pnb.ac.id/>
- Rizki, Maharani Amalia & Pangestuti, Edriana. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). <https://media.neliti.com/>
- Robaniyah, Latifah. & Kurnianingsih. (2021). Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO. <https://ejournal.upi.edu/>
- S. Megadewandanu, Suyoto and Pranowo. (2016). "Exploring mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from consumer perspective". <http://e-journal.uajy.ac.id/>
- Santia, Tira. Nilai Transaksi Uang Eelektronik Capai Rp 31,3 Triliun per November 2021. *Liputan6.com*. Diakses pada Desember 30, 2021. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4767596/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp-313-triliun-per-november-2021>
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2016). *Research Methods for Business*. Italy: Printer Trento Srl

- Setiawan, Maggie & Setyawati, Christina Yanita. (2020). *The Influence of Perceived Ease of Use On The Intention To Use Mobile Payment: Attitude Toward Using As Mediator*. <http://jasf.upnjatim.ac.id/>
- Siregar, Khairani R. (2011). Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi dan Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). <https://journal.trunojoyo.ac.id/>
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Tahar, Afrizal.Dkk. (2020). *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security and Intention to Use E-Filing: The Role of Technology Readiness*. <https://koreascience.kr/>
- To, Anh Tho. & Trinh, Thi Hong Minh. (2021). *Understanding Behavioral Intention to Use Mobile Wallets in Vietnam: Extending the TAM Model with Trust and Enjoyment*. <https://www.tandfonline.com/>
- Toruan, Rialdo R, M. (2018). Proses Implementasi *Word of Mouth* Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. <https://journal.moestopo.ac.id/>
- Ulfah, Nurina. Apa itu *E-Wallet*? Berikut Cara Kerja, Fitur, Kegunaan, dan 8 Contohnya di Indonesia. Diakses pada Agustus 27, 2022. <https://www.ekrut.com/media/e-wallet-adalah>
- Venkatesh, V. dan Davis, F.D. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science, 46 (2), pp. 186–204. <https://www.jstor.org/>
- Wijaya, I Gusti N, S. Dkk. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-Wom)*, Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian *E-Commerce* Tokopedia. <https://ojs.unud.ac.id/>
- Wulandari, Retno. & Sumadi. (2020). *Analysis of Behavior Using E-Money with A TAM Approach (Technology Acceptance Model)*. <https://ejournal.umm.ac.id/>
- Xendit. (2022). Apa itu Virtual Account? Berikut Cara Kerja, dan Metode Pembayaran!. Diakses pada Desember 20,2022. <https://www.xendit.co/id/blog/apa-itu-virtual-account/>

Yogananda, Andean S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. <https://ejournal3.undip.ac.id/>