

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit ANDI.
- Anggono, B. N. T., Istiatin, & Hadi, S. A. B. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay (Studi kasus pada Mahasiswa UNIBA Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153.
- 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. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Astuti, D. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Jurnal Mirai Management dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 414–430.
- Ballester, E. D., & Alemán, A. J. L. (2001). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer Behavior* (10th ed.). Harcourt College.
- Candra Yudha, A. T. R., Saifudin, M., Hilmi, A. F., & Azzahra, A. (2020). *Fintech syariah dalam sistem industri halal*. Scopindo Media Pusaka.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Devianti, S. (2021, November 2). *DANA Berkolaborasi dengan Pemerintah Kota Semarang wujudkan Smart City*. <https://www.teknogav.com/2021/11/dana-semarang-smart-city.html>
- Fadillah, F., Hartono, & Sodikin, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi LinkAja Telkom Jakarta. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 277–285.
- Febriana, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompot Digital Pada Mahasiswa Di FE UNJ.

- JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19.  
<https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.01>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro .
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Starstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion For Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>
- Irawati, P., & Muslihah, T. (2023). PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH BAGI MASYARAKAT SOLO RAYA. *JURNAL EKONOMI SAKTI (JES)*, 12(1), 47–56. <https://doi.org/10.36272/jes.v12i1A.247>
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Andi.
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa di Kota Jambi . *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*, 1(4).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Vol. 15). Pearson Education, Inc.
- Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 1(1), 1–16.  
<https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/index>  
 dex
- Mawardi, T. F. R., & Prabowo, B. (2023). The Influence Of Perceived Benefit, Perceived Convenience And Trust On The Decision To Use The DANA E-Wallet Application (Study On UPN Veterans East Java FISIP Students) “Veteran” Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3733–3741.  
<http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (L. Salim, Ed.; 1st ed.). Erlangga.
- Nasution, E. Y. (2021). The Role of Financial Technology on Income in Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/ijbe.v3i1.7897>
- Pavlou, P. (2002). Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*.
- Permana, A. I. (2020). PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI SITUS BELANJA ONLINE BUKALAPAK. *EKONOMI BISNIS*, 25(2), 94–109.  
<https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed., Vol. 2). Salemba Empat.
- Pitura, R. C., & Rachma, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet ShopeePay Di Kalangan Generasi Millennial ( Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 11(25).

- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Consumer Trust towards Merchant Intention in using QRIS as a Digital Payment Method. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 904. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42664>
- Purba, R. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng*. 2(2), 157–168. <https://www.liputan6.com>
- Rizkiyah, K., Nurmawati, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 107–126.
- Sari, L. R., Anggraini, R., Kencanawati, M. S., & Sularto, L. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik ShopeePay. *METIK JURNAL*, 6(1), 59–69. <https://doi.org/10.47002/metik.v6i1.335>
- Sari, R. F. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopee Pay. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.34308/eqien.v9i2.377>
- Sari, R. F., Sutiana, E. P., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital ShopeePay. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 480–485.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. BBA. , M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–20.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku Konsumen* (10th ed.). PT. Indeks Group Gramedia.

- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN MENGGUNAKAN E-WALLET DAN PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sukardi, D. K. (1985). *Pengantar Teori Konseling (II)*. Ghalia Indonesia.
- Suriana, S., Rahmawati, R., & Ekawati, D. (2022). Partial Least Square-Structural Equation Modeling pada Tingkat Kepuasan dan Persepsi Mahasiswa terhadap Perkuliahan Online. *SAINTIFIK*, 8(1), 10–19. <https://doi.org/10.31605/saintifik.v8i1.362>
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- The American Heritage Dictionary of the English Language*. (2000). Houghton Mifflin.
- Umah, U. N., & 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*, 10(2), 329–339.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–63.
- Widyayanti, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha. *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.
- Yusuf. (2022, December 12). *Lima Segmen Fintech Indonesia Capai CAGR 39% Meski Masuki Tech Winter*. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/46282/menkominfo-lima-segmen-fintech-indonesia-capai-cagr-39-meski-masuki-tech-winter/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/46282/menkominfo-lima-segmen-fintech-indonesia-capai-cagr-39-meski-masuki-tech-winter/0/berita_satker)