

DAFTAR PUSTAKA

- Arti kata pengaruh – *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. (n.d). Retrieved February 4, 2023, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengaruh>
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay di Kota Malang Saat Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior. Seminar Nasioanl Dan Call for Papers (SENIMA 3), *Senima 3*, 455–465.
- Lau, S., & Pradana, M. N. R. (2021). Pengaruh keamanan, kecepatan transaksi dan kenyamanan terhadap penggunaan mobile payment. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(2), 288–295.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/793>
- Wang, E., & Chou, N. (2014). Consumer Characteristics, Social Influence, And System Factors On Online Group-Buying Repurchasing Intention Graduate institute of bio-industry management. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15. www.ihergo.com.tw
- Wijayanti, R. R., Ardiasca, O., & Putra, R. (2021). Evaluasi Kepuasan Pengguna M-Payment sebagai Alat Pembayaran Online di Indonesia. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 6(1), 11–22.
<https://doi.org/10.30871/jaat.v6i1.279>
- Abd Rahim Amihsa, R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(03), 10-25.
- Adiwibowo, Lili, H., Ratih, & Sari, M. (2013). Analisis Perilaku

Pengguna Teknologi Informasi pada Perguruan Tinggi Berstatus BHMN (Studi Penerapan Teknologi Informasi pada FPEB Universitas Pendidikan Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 10(1), 1–21.

Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Payment* Di Indonesia. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora*, 2(3), 10–25.

<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/306/212>

Apidana, Y. H., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2020). Model penerimaan teknologi mobile payment pada digital native dan digital immigrant di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 21(4).

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.

Andyni, N., & Kurniasari, F. (2021). Pengaruh literasi dan efikasi diri terhadap inklusi keuangan pada penggunaan layanan pembayaran digital shopee pay di jabodetabek. *DeReMa (Development Res Manag J Manaj*, 16(1), 128-40.

Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh *Social Influence* dan *Self- efficacy* Terhadap *Intention to Use Mobile Payment System* Pada *Pengguna E-wallet*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis ...*, 1(4), 307–317.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/39>

Fikri Azka. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB USU. *Jurnal Komunika Ilmu Komunikasi*, 17(2), 1-11.

<https://talenta.usu.ac.id/komunika/article/view/7556/4458>

Haryono, S., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). *PENGARUH SHOPPING ORIENTATION, SOCIAL INFLUENCE, DAN SYSTEM TERHADAP COSTUMER*

ATTITUDE MELALUI PERCEIVED EASE of USE (Studi pada Apple Store). 3(1), 1–10.

Kurniawan, A. A., & Subhi, F. A. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan Menggunakan , dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat*

Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, UjiF, R2).* Guepedia.

Fathussyaadah, E., & Ratnasari, Y. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, V(2), 16–35.

Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23.*

Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Juniarti, R. P. (2018). Faktor -faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment : Sebuah Review Literature. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 526–534.

Laela, Muhammad A. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses MasaDepan* -Google Books. Penerbit NEM.

[https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Digital_](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Digital_Kunci_Sukses/ElpcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dimensi+social+infl uence &pg=PA58&printsec=frontcove)

[Kunci_Sukses/ElpcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dimensi+social+infl uence &pg=PA58&printsec=frontcove](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Digital_Kunci_Sukses/ElpcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dimensi+social+infl uence &pg=PA58&printsec=frontcove)

Sekaran, U. & Bougie, R.J., (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach.* 7th Edition, John Wiley & Sons Inc. New York, US.

Sudarsono. (2014). Penerapan Metode Penemuan Terbimbing Dalam PembelajaranPersegi Panjang. *NASPA Journal*, 42.

Sugiyono, P. D. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D.* ALFABETA.

Unpas, T. P., Penulisan, P., & Unpas, K. F. (2022). *Panduan Penulisan Karya TulisIlmiah (Kti) Mahasiswa.*

- Wang, E., & Chou, N. (2014). *CONSUMER CHARACTERISTICS, SOCIAL INFLUENCE, AND SYSTEM FACTORS ON ONLINE GROUP-BUYING REPURCHASING INTENTION*. Graduate institute of bio-industry management. Journal of Electronic Commerce Research, 15. www.ihergo.com.tw Menggunakan Go Payment. 20(2), 144–153.
<https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i2.746>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455-1463.
- Nurjanah, A. (2020). Persepsi Penggunaan OVO Terhadap Minat dan Kepuasan Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Barat). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 122-131.
- Randa, R., & Eka, S. (2019). Pengaruh Social Influence dan Lifestyle Terhadap Niat Membeli pada Carrefour. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 351–365.
- Satyadharma, K. G., & Sudaryanto, B. (2021). *ANALISIS FAKTOR PRICE VALUE , SOCIAL INFLUENCE , HEDONIC MOTIVATION , TRUST , EASE OF USE PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE PAYMENT (Studi pada pengguna aplikasi ShopeePay Mahasiswa di Kota Semarang).10(2013)*, 1–12.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan R &D) Alfabeta. Bandung. *Metode Penelitian Bisnis*.
- Susanti, S., & Fitriani, S. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna DANA Sebagai Media Pembayaran Pada Marketplace Lazada Menggunakan TAM. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 6(2).
- Sutanto, E. M. (2020). *Analisis pemilihan aplikasi pembayaran DANA* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).