

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogyanto. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Abdillah, W., & Jogyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Andi.
- Abrar, A., Latif, A., & Ahmad, S. (2022). Kontroversi Manfaat dalam Perisian Aplikasi E-Wallet [Interest's Controversy in E-Wallet Application]. In *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* (Vol. 5, Issue 2). <http://www.bitarajournal.com>
- Achir, A. Y., & Kusumaningrum, T. M. (2021). *pengaruh penggunaan debit card credit card e money dan e wallet terhadap pengeluaran konsumsi mahasi*. 13, 554–568.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntans*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Agustina, R., Gustiana, R., & Budiman, M. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat Di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 200–214. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i1.370>
- Anggraeni, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–52.
- Arifin, & Khoiriyah, K. (2018). Pengaruh Trust dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli Online (Studi kasus pada mahasiswa Stie muhammadiyah pringsewu). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 9(1), 45–62.
- Balga, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in Customer Satisfaction with Digital Wallets: Challenge for Sustainability. *Journal of Management Development*.
- Center, K. I. (2021). Perilaku Keuangan Generasi Z dan Y. *PT Katadata Indonesia, September*, 1–50. https://cdn1.katadata.co.id/media/microsites/zigi/perilakukeuangan/file/KIC-ZIGI_Survei Perilaku Keuangan 130122.pdf

- Darmiasih, M., & Setiawan, P. Y. (2020). Continuance usage intention and its antecedents on using OVO e-wallet application in Denpasar. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 8(1), 35–46.
<https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n1.1104>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived of use, and user acceptance of information technology*. 13(3), 319–340.
- Destry Damayanti. (2020). *BI Ungkap Kasus Pembobolan Uang Elektronik Saldo Jumbo*.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201016113432-78-559142/bi-ungkap-kasus-pembobolan-uang-elektronik-saldo-jumbo>
- Dina Marsela, A., Nathanael, J., & Marchelyta, N. (2022). Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial*, 784–790.
- Faihaputri, N., & Saripudin, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce JD.ID. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 05(02), 1200–1210.
- Farahdiba, E. S. (2019). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (A. V. Christian Homburg, Martin Klarman, Ed.). Springer.
- Hanifah, T. I., & Imam, M. (2022a). *PENGARUH EFEKTIVITAS, HEDONIS, KEMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MALANG MENGGUNAKAN LAYANAN SHOPEEPAY: PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*. 69–83.
- Hanifah, T. I., & Imam, M. (2022b). *PENGARUH EFEKTIVITAS, HEDONIS, KEMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MALANG MENGGUNAKAN LAYANAN SHOPEEPAY: PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*. 69–83.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., Andrianto, M. S., & Syaefudin Andrianto, M. (2021). *Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19*.
- Hasanah, N., Zainal Abidin, M., & Banjarmasin, U. (2022). *PENGARUH KEAMANAN DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL OVO PADA KALANGAN MAHASISWA DI BANJARMASIN* (Vol. 15, Issue 2).

- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Huwaydi, Y., & Persada, S. F. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(1), 1–5. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v7i1.28827>
- Iqbal Hanafi, M. (2020). RISIKO TERHADAP MINAT BELI VIA MEDIA ONLINE BUTUHBAJU.COM. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(6).
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN PAYMENT FINTECH. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 2579–9975. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jka>
- Jamiah, N., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGUNAAN DAN KEMANANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada E-Wallet GoPay Di Kota Madiun)*.
- Jaya, & Nurmaela, E. (2017). Pengaruh Hedonic Shopping Motives, Persepsi dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Sanata Dharma University*.
- Khoiriyah Umul, S., Halim, M., & Zulkarnaen, A. S. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Aplikasi Dana*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 th Global Edition). Pearson Education., 2016.
- Kumar, D. S., Purani, K., & Viswanathan, S. A. (2018). *Influences of “appscape” on mobile app adoption and m-loyalty*. J. Retailing Consum.
- Lia Yustika, R., Rohmah, S., Khair, A., & Kurniawati. (2023). *PENGARUH HEDONIC MOTIVATION DAN UTILITARIAN MOTIVATION TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNAAN E-COMMERCE*. 10(1), 13–30. www.databoks.katadata.co.id
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Musta'anah, A., Ghofur, R. A., Hilal, S., Etika, C., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2023). Hubungan Digitalisasi Zakat Terhadap Intensi Perilaku Generasi Millennial Membayar Zakat. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6.
- Nahla, R. Y., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). *PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK*.

- Nasri, W., & Zarai, M. (2021). Empirical analysis of internet banking adoption in Vietnam. *Cogent Economics and Finance*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1992876>
- Natsir, S. (2004). Ringkasan Disertasi: Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan di Sulawesi Tengah. In *Universitas Airlangga*.
- Ni Wayan Sri Jayanti. (2022). *Maraknya Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS Di Kalangan Generasi Milenial*. <https://jurnalpost.com/maraknya-penggunaan-sistem-pembayaran-qr-is-di-kalangan-generasi-milenial/37276/>
- Nonie, A. (2021). *Theory of Planned Behavior (Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah)*.
- Pamungkas. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile t-cash Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Surakarta*.
- Praboteeah, D. V., Valacich, J. S., & Wells, J. D. (2009). The Influence of Website Characteristics on Consumer's Urge to Buy Impulsively. *Information System Research*, 20, 60–78.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original*. 7(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putra, D. R. S. (2022). Analisis Determinan Penggunaan E-wallet Pada Transaksi Pembayaran. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2).
- Putri Ayu Wijayanthi, N. P., & Widya Goca, I. G. P. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–117. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.844
- Rachma K, M., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7.
- Rahma Yunita, N., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90–105.
- Ramila, P. (2023). *Peran E-wallet dalam Business Plan*. <https://osf.io/preprints/osf/9cpdh>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>

- Rohmatullah, F., & Candra Astuti, N. (2024). *PENGARUH HEDONIC MOTIVATION, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP PURCHASE INTENTION LIVE STREAMING TIKTOK SHOP*. 17(1).
- Santoso, M. (2021). *Sistem Informasi Manajemen Keamanan Informasi Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada PT.APK*. 3–4.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: *Alfabeta*.
- Sulistiyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4. <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Sulle, Y. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KOMITMEN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK PAPUA CABANG KEPI). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(1). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Supriyanto, A., Sani, A., & Maharani, V. (2019). *Riset Manajemen SDM Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Dilengkapi dengan Contoh Artikel Jurnal*. UIN Maliki Press.
- Suryanto. (2023). *MENGENAL DOMPET DIGITAL DI INDONESIA*.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (2nd ed.).
- Venkatesh, V., & Brown, S. A. (2005). Model Adoption Of Technology in The Household: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *Management Information System Quarterly*, 29, 399–426.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Accpetance of Information TEchnology: Toward a Unified View*. 27.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*. In *MIS Quarterly* (Vol. 36, Issue 1). <http://ssrn.com/abstract=2002388>

- Wijoyo, A., Fatimah, S., Widiyanti, Y., & Fadillah, M. (2023). Keamanan Data dalam Sistem Informasi Manajemen: Risiko dan Strategi Perlindungan. *Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2). <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/teknobis>
- Wulandari, E., & Septiani, M. (2024a). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO. *Jurnal Economina*, 3(1), 87–95. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1141>
- Wulandari, E., & Septiani, M. (2024b). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO. *Jurnal Economina*, 3(1), 87–95. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1141>