

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103–150.
- Agustiani, C. (2014). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang (studi kasus pada maskapai penerbangan lion air di jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 9(3), 39– 62.[https://www.researchgate.net/publication/324436242\\_Pengaruh\\_Kepuasan\\_Pelanggan\\_Terhadap\\_Minat\\_Beli\\_Ulang\\_Studi\\_Kasus\\_Pada\\_Maskapai\\_Penerbangan\\_Lion\\_Air\\_Di\\_Jakarta](https://www.researchgate.net/publication/324436242_Pengaruh_Kepuasan_Pelanggan_Terhadap_Minat_Beli_Ulang_Studi_Kasus_Pada_Maskapai_Penerbangan_Lion_Air_Di_Jakarta)
- Akdon & Ridwan (2008). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi & Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102102.
- Arikunto, 2015, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora) Volume 6 Nomor 1*, 54-61.
- Badri, M. (2020). Adopsi inovasi aplikasi dompet digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120–127.
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India: Integrating trust into the technology acceptance model. *Info*, 17(3), 58–68.
- dalam Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Fajarratri, D. A. (2010). Studi Mengenai Persepsi Resiko (Perceived Risk) Terhadap Minat Beli Online Shopping (Kasus Pada Toko Online Www. Kaskus. Com). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 10(3), 270–282.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fatmasari, D. dan S. Wulandari. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan APMK. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 4(1): 93–103
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen (5th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Spss 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gideon, Arthur (2018-12-08). Wahyuni, Nurseffi Dwi, ed. "Hal yang Perlu Diketahui Soal DANA, Dompot Digital Besutan Anak Negeri". *Liputan6.com*. Diakses tanggal 14-04-2023.
- Gu, J.-C., Lee, S.-C., & Suh, Y.-H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile

- banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616.
- Haqiqi, N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Taman, Sidoarjo. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762–1800. Retrieved from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/-03090560310495456>
- Hidayatuloh, S., & Aziati, Y. (2020). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean. *Tekinfor*, 21(1), 73–83.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Koufaris, M., & Hampton-Sosa, W. (2004). The development of initial trust in an online company by new customers. *Information & Management*, 41(3), 377–397.
- Lovata, Andrean (2021-09-07). "Cara Aktifkan DANA Paylater Platform Resmi Pembayaran Digital". *rancakmedia.com*. Diakses tanggal 14-04-2023.
- Pratama, B., & Suputra, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27*. 927 – 953
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88.
- Rahmad, A. D., & Astuti, E. S. (2017). Pengaruh Kemudahan terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol, 43(1).
- Sardana, V., & Singhanian, S. (2018). Digital technology in the realm of banking: A review of literature. *International Journal of Research in Finance and Management*, 1(2), 28–32.
- Sari, P. K., & Endy Saputro, M. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Kedokteran Gigi Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Iain Surakarta.
- Seetharaman, A., Kumar, K. N., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors influencing behavioural intention to use the mobile wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 7(2), 116–136.
- Septianie, I., & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online Pada Platform E-Commerce Lazada Indonesia. *Winter Journal: IMWI Student Research Journal*, 1(1), 73–83.

- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116–122.
- Wibawa, Hendra (2019-09-09). Dewi, Puput Ady Sukarno & Fitri Sartina, ed. "Ceo Dana Vincent Iswara : "Slogan Kami, Ganti Dompem"". *Bisnis.Com*. Diakses tanggal 14-04-2023