

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 17, No. 1, Mei 2020 11 ISSN: 1411 -1977 Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go-Pay pada Pelanggan Go-Jek. *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol.17, No.1, 11-23.
- Adhiyani, O. R., & Indriyanti, A. (2020). Analisa Pengaruh Iklan, *Cashback* dan *User Friendly* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Dompot Elektronik Ovo di Surakarta. *Jurnal MEBIS: Manajemen dan Bisnis*, Vol.6, No.2, 97-109.
- Aditya Wardhana, S. M., I Dewa Ayu Agung Tantri Pramawati, S. M., A. We Tenri Fatimah Singkeruang, S. M., Ratih Pratiwi, S. M., Retno Kusumaningrum, S. M., Dr. Hasan, S. M., Wijayangka, C. (2022). *Fintech Innovation: Essense, Postion & Strategy*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Agustino, L., Ujianto, & Yoisida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna *E-Wallet* di Kota Banjarmasin. *Kumpulan Informasi dan Artikel Ilmiah Manajemen dan Akuntansi (KINDAI)*, 401-422.
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna I-Saku di Indomaret (Studi Pada Pengguna I-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol.07, No.02, 473-478.
- Anifa, F., Anisa, Fadhila, N., & Prawira, I. A. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Trust*, dan *Security* Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay pada Generasi X di Surabaya. *ORGANUM: Jurnal Sainifik Manajemen dan Akuntansi, Faculty of Economics and Business Winaya Mukti Univesity* Vol.3, No.01, 39-49.
- Arta, T. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *JIMMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(2), 291-303.

- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, Vol.2(4), 309-325.
- Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen Vol.13(1)*, 26-36.
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 318-340.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Dr. Abdul Halim Barkatullah, S. S. (2019). Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis *e-Commerce* di Indonesia. Bandung: Nusa Media.
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) / Vol 11, No. 2*, 206.
- Ferdinand, A. (2014). *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen. Edisi 5. Semarang: BP UNDIP.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuran: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gitosudarmo, I. (2014). Manajemen Operasi. Yogyakarta: BPFE.
- Hanafi, A., & Kamela, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) di Kota Padang (Survei pada Masyarakat di Kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University Vol.21, No.2*.
- Hartono M, J. (2007). Sistem Informasi Perilaku. Dalam J. Hartono M, *Sistem Informasi Perilaku* (hal. 114). Yogyakarta: Andi Offset.
- Hartono, J. (2008). Sistem Informasi Keperluan (Edisi Revisi) (Ed.1). Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

- Jayabuana, N. (2018, Oktober 08). "Cashback" Tarik Minat Masyarakat Berbelanja Daring Artikel ini telah tayang di *Bisnis.com* dengan judul ""Cashback" Tarik Minat Masyarakat Berbelanja Daring", Klik selengkapnya di sini: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181008/12/846759/cashback-tarik-mi>. Diambil kembali dari [Ekonomi.bisnis.com: https://ekonomi.bisnis.com/read/20181008/12/846759/cashback-tarik-minat-masyarakat-berbelanja-daring](https://ekonomi.bisnis.com/read/20181008/12/846759/cashback-tarik-minat-masyarakat-berbelanja-daring)
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen Vol.8, No.2*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Dalam P. Kotler, & G. Armstrong, *Principles Of Marketing, 16th Edition*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition (Global Edition)*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & M, A. G. (2016). *Principles of Marketing, 16th Edition*. Boston: Pearson Education.
- Krempel, E., & Beyerer, J. (2014). TAM-VS: A *Technology Acceptance Model for Video Surveillance. Lecture Notes in Computer Science book series (LNCS, volume 8450)*, LNCS 8450, pp. 86–100.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, dan Security* Terhadap Minat Penggunaan GoPay pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 19-20.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* di Jawa Tengah. *AKUNTOTEKNOLOGI: Jurnal Ilmia Akuntansi dan Teknologi, Vo.12, No.1*, 1-13.
- Lo, E. L., Marpaung, F. K., Chandra, M., Queteres, W., & La'ia, D. F. (2022). Pengaruh Harga, Kupon Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Ulang Menggunakan Jasa Transportasi Go-Jek pada Mahasiswa Universitas Prima Indonesia Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol.3 (2)* , 517-524.

- Mardiana, N. Y., Utomo, N. A., & Amaliah, Y. R. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Teknologi Internet Terhadap Efektivitas Perusahaan di JABODETABEK. *Jurnal Ekonomika, Vol.6(1)*, 1-10.
- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat dan Motivasi dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Vol 2 No.2* , 24-32.
- 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), Vol.9, No.3*, 1455-1463.
- Na'im, Z., Ali, Z. M., Ruhardi, A., Erlinawati, N. D., Muchtar, A., Ariningsih, K. A., Pramawati, I. T. (Juni, 2021). Dampak Covid-19 di Berbagai Sektor. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nasution, D. S., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). Ekonomi Digital. Sanabil.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan *E-wallet* di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial Vol.3, No.2*, 189-205.
- Pahlevi, R. (2022, Agustus Selasa). *Pasar E-Wallet Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70 Miliar pada 2025*. Diambil kembali dari www.databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/pasar-e-wallet-indonesia-diproyeksikan-capai-us70-miliar-pada-2025>
- Permana, W., Astuti, E. S., & Suyadi, I. (2012). Layanan Perpustakaan via *Mobile Data, Cetakan Pertama*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Populix. (2022, Agustus 16). *Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*. Diambil kembali dari Populix: <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. G. (Mei 2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27.2*, 927-953.
- Priskilia, & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay di Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen, Manajemen Pemasaran, Vol.9, No.1*, 13-33.

- Putri, B. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking Vol.2 No.2*, 157-168.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo . *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen / Journal IMAGE*, 53-62.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 68.
- Santi, I. H., & Sudiasmo, F. (2020). *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dan Actual Usage* pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah. Jakarta: Jakad Media Publishing.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi & Bisnis Politeknik Negeri Jakarta Vol. 18, No.2*, 126-134.
- Sari, S.E.,M.M, V. N., & Anggraini, S.S.,M.Pd, D. (2020). *Revolusi Uang Digital Era 5.0 Transaksi Digital*. Solok: Insan Cendikia Mandiri.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Siahaan, R. P. (2020, September 16). Skripsi Analisis Minat Masyarakat Menggunakan Ovo dengan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) di Kota Medan Oleh Rizki Pebriansyah Siahaan. *Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara (RI-USU)*, 10-11. Diambil kembali dari DocPlayer: <https://docplayer.info/223034118-Skripsi-analisis-minat-masyarakatmenggunakanovodengan-kerangka-technology-acceptance-model-tam-di-kota-medan-oleh-rizki-pebriansyah-siahaan.html>
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif Cetakan Keempat (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulfina, Yuliniar, & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol 17 No. 2*.
- Suwartini, & Sumiyati. (2019). Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga. Jakarta: PT. Garamedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategi Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategi. Yogyakarta: Andi.
- Tunggadewi, F. P., & Pudjoprastyono, H. (2020). Pengaruh Promosi dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Al- Kharaj*, 406-422.
- Uyun, M., & Warsah, I. (2021). Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science, Vol.46(2)*, 186-204 (19pages).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. Forthcoming in MIS Quarterly, Vol. 36, No. 1*, 157-178.
- Wardhana, A., Pramawati, I. T., Singkeruang, A. F., Pratiwi, R., & Kusumaningrum, R. (2022). *Fintech Innovation: Essence, Position & Strategy*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wijaya, S., & Yerikho, G. (2021). Pajak Penghasilan Pelakuan *Cashback* oleh Perusahaan Dompot Digital. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.