

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z., Samawa, U., Besar, S., Info, A., History, A., Analysis, C., & Money, E. (2023). Hubungan Kausalitas Penggunaan E-Money Dengan Tingkat Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Riset Dan Kajian Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society Pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 196–206.
- Afendi, A., Fitri, M., & Indah Firdiyanti, S. (2022). Digitalisasi Bisnis Dalam Islam: Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1124–1133.
- Akseleran.co.id. (2022). Cashback adalah: Definisi, Jenis, dan Keuntungannya. Retrieved September 27, 2022 from akseleran.co.id.
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *akuntabel: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(4), 624-634.
- Andrean, R. R., Susilowati, L., & Aminah, S. (2022). pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap customer attitude pada tokopedia. *Sumber*, 40, 1.
- Anjasari, P. A., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan,

Persepsi Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay Pada Masyarakat Di Kota Surakarta. *sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(8), 3293–3303.
<https://doi.org/10.55681/sentri.v2i8.1396>

Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks.

Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang.

Azlin, N., Syahrudin, H., & Kuswanti, H. (2022). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–8.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108.

databoks. (2023). *Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay dan OVO Bersaing Ketat*.

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.

Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2022). analisis faktor- faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam minat penggunaan sistem pembayaran e-wallet di masa pandemi covid-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 2(2), 1–20.

Fintech.id. (2020). PT AirPay International Indonesia. Retrieved September 26, 2022 from fintech.id.

Fратиwi, A. (2021). Tinjauan Yuridis Transaksi Financial Technology di Indonesia. *Media of Law and Sharia*, 2(4), 367–382.

Handayani, R., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital ShopeePay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 81-92.

Handayani, R., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital ShopeePay. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 81–92.

Jazilah, H. (2021). Belanja Online Dan Perubahan Gaya Hidup Perempuan Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan. *Jurnal publique*, 86–92.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1* (13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95.
- Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2020). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *istithmar: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4(2), 141–163.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 375-386.
- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Industrial Management and Data Systems*, 118(9).
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- 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.

- Murniwati, M., Yusnaldi, Y., & Azzahra, F. (2023). Pengaruh Program Cashback Xtra dan Gratis Ongkir Xtra terhadap Peningkatan Penjualan Toko “Tencomp” pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 138–154.
- Novrita D.K. 2020. Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet.
- Nurkhasanah, U., & Saifuddin. (2021). Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga Dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stainim Sidoarjo. *Ico Edusha*, 2(1), 475–485.
- Pahlevi, R. (2022, June 10). Penetrasi Internet di Kalangan Remaja Tertinggi di Indonesia. Databoks.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4(2), 74–81.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953.
- Putri, A. R. (2019). Perubahan Perilaku Konsumen Dari Generasi Milenial Akibat Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Ejournal Iaisyarifuddin*, 5(2), 95–119.
- Ramadhanty, V. D., Indra Permana, R., Syifa, B. F., & Rakhmawati, N. A. (2021). Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem*

Informasi, 8(1), 312–322.

Sari, I. P., Ifdil, I., & Yendi, F. M. (2020). Konsep Nomophobia pada Remaja Generasi Z.

Salloum, S. A., Qasim Mohammad Alhamad, A., Al-Emran, M., Abdel Monem, A., & Shaalan, K. (2019). Exploring Students' Acceptance of E-Learning Through the Development of a Comprehensive Technology Acceptance Model.

Shopeepay.co.id. (2022). ShopeePay. Retrieved September 21, 2022 from shopeepay.co.id.

Sugiyono, P. D. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.

Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan Mobile Banking (studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin alauddin makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).

Terasha, C., Fazri, A., & Musnaini. (2022). Pengaruh Diskon, Voucher, Dan Cashback Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Shopeepay. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 20–27.

Vanni, K. M. (2022). Strategi Pemasaran Syariah “Bakar Uang” Pada Perusahaan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 16–27.

- Wangi, L. P., & Sonja, A. “Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1, 5 (2021): 79–91.
- Widiyanti, R., & Fikriyahh, K. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Islam Pada Pengguna ShopeePAY. *Edunomika*, 7(1), 8.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.
- Zulfah, I., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Cashback Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019 di Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).