

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Jenifer, dan Semuel, H. (2014). Pengaruh satisfaction dan trust terhadap minat beli konsumen (purchase intention) di Starbuck The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agus Widarjono. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amstrong, K. dan G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (Jilid 1, E). Jakarta: Erlangga.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI Yogyakarta.
- Davis, F.D, B. dan W. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Journal of Management Science*, 35.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hutami, L. T., & Setyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup“Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 136–145.
- Indrawan, R. & Y. R. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15). Global Edition. Pearson.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler Philip, A. G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Edisi Kelima*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN Yogyakarta.
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Nugroho, A. (2011). *Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data*. Yogyakarta: ANDI.
- Nurya Dina Abrilia dan Tri Sudarwanto. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya*.
- Okefinance. (2018). *Masifnya Pembayaran Nontunai, Dorong Pertumbuhan Ekonomi*.
<https://economy.okezone.com/read/2018/12/30/320/1997707/masifnya-pembayaran-nontunai-dorongpertumbuhan-ekonom>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 3(September), 1617–1625.
- Robertson, dan G. (1989). Competitive Effects on Technology Diffusion. *Journal of Marketing*.
- Salepa Celik Misrami Afolo dan Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi. (2022). *Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan*. 13(2), 267–277.

- Sanusi, A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. PT. Salemba Empat.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Septianie, I., & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online. *Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online, 1*.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 8 No 2*.
- Simamora, H. (2013). *Paduan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan: 1. Kuantitatif 2. Kualitatif 3. Kombinasi (Mixed Methods) 4. Penelitian Tindakan (Action Research) 5. Penelitian Evaluasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Surendran, P. (2012). Technology Acceptance Model: A Survey of Literatur. *Bahrain: AMA International University*.
- Suryani, & H. (2015). *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Wibowo dan Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, cv.
- 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.
<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>

E-wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021 Sumber :
<https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021>

E-wallet paling banyak digunakan masyarakat Indonesia Sumber :
<https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>

