

DAFTAR PUSTAKA

- A'LA, C. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (fintech) (Studi Pada Masyarakat Kota Medan). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). In Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada.
- Afifah, R. (2017). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri (Bachelor's Thesis).
- Angelica, L., & Soebiantoro, U. (2022). Analisa Menggunakan Dompot Digital. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 232–238. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11209>
- Chen, L., & Nath, R. (2008). Determinants of Mobile Payments: An Empirical Analysis. *Journal of International Technology and Information*, 17(1).
- Cintya, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3).
- Dharmmesta, B. S. (2003). Manajemen Pemasaran Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Dirwan & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1).
- Fajrin, F. I. (2020). Kepatuhan Konsumsi Zat Besi (Fe) Terhadap Kejadian Anemia Pada Ibu Hamil. *Window Of Health : Jurnal Kesehatan*, 3(4).
- Gefen, D. R. (2003). Conceptualization of Trust, Risk and Their Relationship in Electronic Commerce: The Need For Clarification. Proceedings of the 26th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Hengki, I. (2012). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Prima (Studi Kasus Di SPBU 44.581.05 Wirosari-Grobogan).
- Heni, R., & Nisa, M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemia*, 2(2).
- Hermawan, A. (2012). In Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Inda, T., & Rahma, F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech).

- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Julianda. (2024). Literasi Keuangan, Penggunaan *E-Wallet*, dan Perilaku Konsumtif. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi.
- Juniarti, & Prafitri, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Mobile Payment: Sebuah Review Literatur". *e-Business Dan Fintech Sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*.
- Katadata.co.id. Profil DANA, Dompot Digital Bagian GrupEmtekdan Sinarmas"<https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/623835fd7de77/profil-Dana-dompot-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). Laporan Perkembangan Digitalisasi Nasional. Jakarta: Kemenkominfo.
- Kesuma, D. (2012). Pendidikan Karakter Kajian Teori Dan Praktik Di Sekolah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leoang, S. M., Tan, C. Ti., & Tse., D. K.(2005). *Marketing : An Asian Perspective*. New York : Pearson prentice hall.
- Kotler, & K. (2009). *Manajemen Pemasaran*, 13(1) Jakarta: Erlangga.
- Lui, K. L., & Jamieson, R. (2003). Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model. School of Information Systems, Technology and Management The University of New South Wales, Sydney, NSW 2052, Australia.
- Lumintang, F. M. (2013). *Analisa Pendapatan Petani Padi Di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. Jurnal EMBA*.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek edisipertama*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maghfira. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay (Studi Kasus: Mahasiswa Di Yogyakarta). Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9545>
- Malhotra, & N. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education: England.
- Mangkunegara, P. A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Kedua. Bandung : PT. Refika .Aditama.
- Maulidiyah, S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya (Doctoral Dissertation).
- 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.

- Michelle., S. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Brand Switching Terhadap Penggunaan E-Wallet*.
- Mody, I. (2018). *Transformasi Alat Pembayaran Dan Pengaruhnya Terhadap Real Currency di Indonesia*.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/1618/0><http://dx.doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(2), 6.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Peraturan dan Kebijakan Sistem Pembayaran Digital*. Jakarta: OJK.
- Palupi, F. A., Albertha, Daisy, & A. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Performing Loan Pada Perbankan Di Indonesia*. *Journal of Economics and Business*, 1.
- Pavlou, P. (2010). *Consumer Acceptance Of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk With The Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3).
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3).
- Prayogi, F. D., & Haryono, N. A. (2017). *Literasi Keuangan Pada Masyarakat Bangkalan Madura*. *Seminar Nasional Riset Inovatif*.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *ELEKTRONIK (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*.
- Priyono, A. (2017). *Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1).
- Purnama, H., & Syahril, L. (2022). Analisis Paradoks Persepsi Risiko dan Minat Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19(3), 210-225
- Ramadhan, R. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6).

- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.
- Rivaldi, Su., & Dinaroe. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan fintech Pada Umkm di Kota Banda Aceh Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 7(1), 1–15.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour*. New Jersey:Prentice Hall.
- Schiffman, L. d. (2008). *Perilaku Konsumen*, 7 Jakarta: Zoelkifli Kasip.
- Sekaran, & U. (2014). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2003). In *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Settlements., B. for I. (1996). *Implication for Central Banks of the Development of Electronic Money (Basel)*.
- Sharma, A., & Agarwal, H. (2018). Study Of Recent Developments Related To Cashless Commerce In India. *Journal of Commerce & Trade*, 13(2). <https://doi.org/10.26703/jct.v13i2-10>
- Sherly, O. F. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Online*.
- Shrier, D., Lipton, Alex, & Pentland, A. (2016). *Digital Banking Manifesto : The End of Banks ? Connection Science & Engineering*.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT GramediaPustaka Utama.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining Factors in the Adoption and Recommendation of Mobile Wallet Services in India: Analysis of the Effect of Innovativeness, Stress to Use and Social Influence. *International Journal of Information Management* ,50. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Siswanti, T. (2022). Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (fintech) (Studi Kasus Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Bekasi Timur). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsuraya*, 7(1), 44–61.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharyati, S., & Sofyan, P. (2019). EDUKASI FINTECH BAGI MASYARAKAT DESA BOJONG SEMPU BOGOR. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v1i2.2880>
- Sukirno, S. (2014). In *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga Rajawali Pers, Jakarta.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Swastha, B., & I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*, 13(2) Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tania, Y. L. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online*. 4(2).
- Tazkiyyaturrohmah. (2018). *Transaksi Keuangan Modern*. In *Muslim Heritage*, 3(1).
- Utami, S. S., Kusumawati, B., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Dahlan Jakarta, A. (2017). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta) (Issue 2)*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2). <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wade, C., & Tavris, C. (2007). *Psikologi Edisi Kesembilan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Watmah, S., Fauziah, S., & Herlinawati, N. (2020). Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metode TAM Dan UTAUT2. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6(2). <https://doi.org/10.31294/ijse.v6i2.8833>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY CARD (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA) JRMSI. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1).
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Kemudahan Kualitas*.
- William, & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan *E-Wallet*: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1).
- Winardi, & Suparwarman. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- 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).

Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linier Berganda. Universitas Udayana.*