

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan GOJEK. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “OVO.” *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 153–163.
<https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/view/131%0Ahttps://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/download/131/88>
- Adi Waluyo, E. (2019). Dan : Generasi milenial kunci penyebaran pembayaran digital. <https://marketeers.com/dana-generasi-millennial-kunci-penyebaran-pembayaran-digital/>. Diakses 13 desember 2024
- Aji, C. (2021). *Studi: Pengguna dompet digital meningkat drastis di masa Covid-19*. Antara. <https://www.antaranews.com/berita/2022936/studi-pengguna-dompet-digital-meningkat-drastis-di-masa-covid-19>. Diakses 21 februari 2024
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40-52. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Atriani, Lalu Adi Permadi, B. H. R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*, 6(1), 54–61.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jseh.v6il.78>
- Budiastuti, D., & B. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dana.id. (2019). Tentang DANA. <https://dana.id/tentang>. Diakses 13 desember 2024
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298.
- Effendy, F. (2020). Pengaruh Perceived Of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompot Digital Di Kalangan Milenial. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan*

- Komunikasi*, 15(2), 1–11. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i2.67>
- Fauzi, dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Banyumas: CV. Pena Persada*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gaby Lingga Safira, Felicia Goenawan, V. M. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi Fintech Payment. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1–11. publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/2019
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gultom, J. R., Setyawan, I., & Laksono, R. (2023). Peran kepercayaan dalam memediasi efek persepsi kemudahan dan persepsi nilai digital pada niat penggunaan kontinu e-payment. *Mediastima*, 29(1), 54–70.
- Hanif, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 178-186. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12022>
- Hardani, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hazwani, N., & Roseli, M. (2021). Factors Influencing Consumers' Perception Towards Mobile Payment Usage in Malaysia. *International Journal of Small and Medium Enterprises*, 4(1), 26–34. <https://doi.org/10.46281/ijsmes.v4i1.1472>
- Huseno, G. T. (2024). Peran Kepercayaan dalam Mediasi Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Layanan Identitas Kependudukan Digital di Kota Payakumbuh. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 13(2), 556–573.
- Ika Purnama, N., Prayogi, M. A., & Arif, M. (2022). Pengukuran Kepercayaan dan Minat Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 146–161. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis>
- Jamaludin, M., Sulistianto, S. W., MI, A., MM, M., Marthalia, D., Wikansari, R., & Cendikia, M. K. P. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri. Kota Batam.

- Jamiah, N., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet GoPay Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September*, 1–19.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Keprilaku*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilaku*. Yogyakarta: Erlangga.Kasiram, Indicator.
- Kotler, & P. (2016). *Marketing Management*. Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, K. (2016). *Marketing management*. 15e. Boston, Pearson Education.
- Kurniawan Agus. (2022). *Hikmah Pandemi Covid-19 Dompot Digital Naik Daun*. Kemenkeu. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14974/Hikmah-Pandemi-Covid-19-Dompot-Digital-Naik-Daun.html> diakses 20 februari 2024
- Lalu Agustino. (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. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Mujiasih, R., & Wiwoho, G. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Trust dan Intention to buy KAI Access Tickets Online pada Generasi Millennial di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(3), 476–490. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i3.492>
- Nelwan, J. Z., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Ekawati, N. W. (2021). Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin. *Media Sains Indonesia*.
- Nopy Ernawati, L. N. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi

OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.
<https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>

Noviyanti akhnes, E. teguh. (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* 4(2), 65–74.

Nur Amalia Syabila, I. K. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaa, dan Resik Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *(Studi pada Pengguna GoPay di Semarang). Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15.

Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/we.22.2.2023.142-155>

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riauu. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170.
<https://jtmbejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>

Rahmawati, M., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1395–1406.

Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2218>

Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic*

Education and Entrepreneurship, 1(2), 66.-80
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Karya Bakti Makmur Indonesia.

Sari, M., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Emoney Pada PT. Bank SUMUT KC Syariah Medan. *Jurnalmahasiswa*, 1(4), 1-15

Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). *Effect Of Perception Of Benefits. Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card)* Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 11(3),. 1–19.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.

Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33(December 2018), 100823. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100823>

Simamora, A. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tiktok Shop di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 8(3), 637–652.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Syahrina, A., & Christiana, I. (2023). Efek Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan e-Money Pendahuluan Financial technology (fintech) merupakan Berdasarkan data Bank Indonesai jumlah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 161–174.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v12i2.6041>

Syarif, S. A. Q. I., Wijayanto, G., & Jushermi, J. (2024). Peran Kepercayaan

- Dalam Memediasi Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pengguna BNI Mobile Banking Untuk Membayar UKT Pada Mahasiswa FEB UNRI. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 183–197. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1626>
- wahyuni, S., Totanan, C., & Sudirman. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, dan Resiko Pengguna Internet Marketing Terhadap Minat Bertransaksi Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Pengunjung Toko Online Kota Palu). *Katalogis*, 9(2), 111–120.
- 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>
- Wijayanthi, I. M. (2019). Behavioral Intention of Young Consumers Towards E-Wallet Adoption: an Empirical Study Among Indonesian Users. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 85(1), 79–93. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.09>
- Yan, M., Filieri, R., Raguseo, E., & Gorton, M. (2021). Mobile apps for healthy living: factors influencing continuance intention for health apps. *Technological Forecasting and Social Change*, 166. 12064, 1–13.
- Prodi Manajemen FEB UMK. (2021). Pendoman Penyusunan Skripsi