

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan

Peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014.

Buku

- Afdi, N. M. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta: Warta Fiskal.
- Armstrong, G. d. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Apikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. &. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto. (2012). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: andi.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12* . Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. d. (2012). *Principles of Marketing*. Global Edition.
- Philip Kotler, G. A. (2018). *Principles of Marketing, Edisi 17*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Purwoko, S. W. (2015). *Aspek Hukum Bisnis Bank Umum* . Jakarta: Nine Seasons Communication.
- Roger. (2013). *Market-Based Management: Strategies for growing customer value and profitability*.
- Sinambela, L. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D* . Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2012). *Statistika untuk Penulisan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. &. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: PT Buku Seru.

Jurnal

- Adhy, M. A. (2018). Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak di Televisi dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pembelian di Situs Jual Beli Online Bukalapak. *Interaksi Online*, 7(4), 105-112.
- Affan, D. I. (2020). pengaruh privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *jurnal kajian akuntansi*.
- Ahmad, &. P. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Amanah, D. &. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan (sales promotion) dan Belanja Hedonis (hedonis shopping) Terhadap Implusive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quonomic*, 3(2), 10-18.
- Chazar, C. (2015). Standar Manajemen Keamanan Sistem Informasi Berbasis Iso/IEC 27001:2005. *Jurnal Informasi*.
- Devi Diana Safitri, F. D. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Online Marketplace. *jPTN (Jurnal Pendidikan Tata Niaga)*.
- Dwijayanti, F. M. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *jurnal pendidikan tata niaga*.
- Fauziati, P. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, Vol.7 No.2.
- Febriyanti, S. (2022). Pengaruh E-wallet dan E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2017-2022. *ResearchGate*.

- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 80-101.
- Irma Andriyaningtyas, M. A. (2021). Penerimaan E-wallet Syariah LinkAja Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *EKUITAS Vol 5 No 4*.
- Irwan Nurdiana, P. A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT Cemara Agung Sejahtera. *Banking & Management Review Vol 8 No 2*, 1170-1171.
- Kadek Adi Putra Gunawan, A. S. (2020). Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum (Studi Kasus BNI 46). *warmadewa economic development*.
- Mia Andika Sari, R. L. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet (Studi Kasus Produk GoPay Dan LinkAja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi & Bisnis Vol. 18 No. 2*, Hal: 126-134.
- Oentario, Y. H. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online Patisserie Melalui Consumer attitude Berbasis Media Sosial di Surabaya. *jurnal manajemen pemasaran, vol 16*.
- Permana, R. I. (2021). Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, Hal. 312-322.
- Prabawani, S. P. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol 5 No 2*.
- Rodiah, 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*.
- Rusdianto, H. &. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Safri, R. S. (2015). pengaruh promosi penjualan dalam meningkatkan penjualan mobil mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta vol 1 no 2*, 298-321.

- Seetharaman, e. a. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business* , 116-136.
- Setyo Ferry Wibowo, D. R. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Shinta Nurul, S. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan Informasi, Teknologi Informasi dan Network (Literature Review SIM) *JEMSI (Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi)*.
- Sulistyo Seti Utami, B. K. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance Vol.XIV No.2*.
- Utami, A. R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*.
- Wajong, C. R. (2012). Keamanan Dalam Electronic Commerce. *COMTECH, Computer, Mathematics, and Engineering Applications*.
- Warmika, N. M. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 4, 2606-2636*.
- Wartono, T. (2017). pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan (studi pada karyawan majalah Mother and Baby). *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.16 No.1*.
- Widyastuti, K. H. (2017). E-money Implementation Barriers and Challenges: A Case of Indonesian Interbank Network Company. *Journal of Engineering and Applied Science*, 3281-3285.
- Yogananda, A. &. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik. *Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7*.

Skripsi

- Acelian, R. M. (2021). *Analisis Faktor Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital Dana*. (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Alkhoiri, A. R. (2022). *Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto)*.
- Andryanto. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta)*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Farahdiba, E. S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengguna E-wallet (electronic wallet) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Feronica. (2021). *Analisis Pengaruh Sistem Aplikasi E-wallet, Sosial Media dan Diskon Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Starbuck Cabang Gambir*. Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Haqiqi, I. H. (2017). *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Net Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang)*. Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Harlan, D. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta*. skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hidayani. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kesenangan Berbelanja dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Shopee*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Hinati, H. (2019). *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ika, S. &. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna e-money Flazz BCA di Bank BCA Syariah Semarang)*. IAIN Salatiga.

- Nugraha, A. (2020). *Brand Image dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital Sakuku BCA (Studi Lakukan Pada Pengguna Dompot Digital Di Bandung)*. Doctoral dissertation, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama.
- Qulub, A. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money (Studi kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
- Oktina, I. (2022). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Penggunaan Mobile Payment ShopeePAY (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah 2018)*. skripsi, (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).
- Rodiah, S. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Kemanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Sandhi, I. G. (2020). *Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment*. Bandung: Universitas Telkom .
- Saputri, A. F. (2015). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Resiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tampubolon. (2018). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Skripsi, Universitas Sumatera Utara.
- Untoro, D. F. (2020). *Pengaruh Faktor Promosi, Kepercayaan, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (studi kasus di wilayah tangerang raya)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.