

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Perspsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). *Skripsi*, 147(March).
- Anggarini, D. T. (2016). Analisa Jumlah Uang Beredar Di Indonesia Tahun 2005-2014. *Moneter*, III(2).
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Bank Indonesia. (2018). Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. *Bank Indonesia*.
- Bank Indonesia. (2020). *QR Code Indonesian Standard*. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/edukasi/Documents/Bahan-Sosialisasi-QRIS.pdf>
- Dhamayanti Rachman, M., Ferry Cahaya, Y., & Kunci, K. (2015). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone (iPhone). In *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*.
- Endriani, S. (2015). Konsep Uang: Ekonomi Islam VS Ekonomi Konvensional. *Anterior Jurnal*. <https://doi.org/10.33084/anterior.v15i1.201>
- Ersaningtyas, A. P., & Susanti, E. D. (2019). Analisis pengaruh persepsi kemudahan, Persepsiresiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening bersama shopee. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(2).
- Fadhli, M. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*.

- Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1).
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website *Classfieds* di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>
- Hafid Saeful Sidik, M., Estri Mahani, S. A., Oktini, D. R., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2017). Prosiding Manajemen Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli (Survey pada Pelanggan Toko Kain Rzi Cigondewah). *Prosiding Manajemen*, 0(0).
- Hidayanto, A. N., Ovirza, M., Anggia, P., Budi, N. F. A., & Phusavat, K. (2017). The roles of electronic word of mouth and information searching in the promotion of a new E-commerce strategy: A case of online group buying in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 12(3). <https://doi.org/10.4067/S0718-18762017000300006>
- Hosea, I. A., Siswantini, T., & Murtatik, S. (2020). Keputusan Pembelian E-commerce Shopee. *Prosiding Biema*, 1(1).
- Ibrahim, A. (2016). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif di Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA Vol.4 No.2 Juni 2016, Hal. 859-869*.
- Iknesya Rahma dan Arjuna Wiwaha. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Mil Off Beauty Bar. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2).
- Ilyas, R. (2016). Konsep Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1695>

- Ilyas, R. (2017). Konsep *Mashlahah* Dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM*.
<https://doi.org/10.24815/jped.v1i1.6517>
- Joan, Leoni; Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Valuta*, 4(1).
- KOMPAS. (2018). *Geliat Fintech di Era Industri 4.0*. Kompas.
- Nilai Transaksi dan Jumlah Uang Elektronik (2010-Sep 2019), (2019).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/07/berapa-transaksi-uang-elektronik-di-indonesia>
- Mihadi, Y., Si, M., Sri, L., & Wulandari, A. Y. U. (2019). Sistem Pengambilan Keputusan. *Sistem Pengambilan Keputusan Makalah*.
- Mulyana, Y. F. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online Olx.Co.Id). In *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Naumovska, L. (2017). Marketing Communication Strategies for Generation Y – Millennials. *Business Management and Strategy*, 8(1).
<https://doi.org/10.5296/bms.v8i1.10260>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 1–9.

- Prabawalingga, I. G. N. M., & Yadnyana, I. K. (2016). Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Intervening terhadap Perilaku Penggunaan Sistem. *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- 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*. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi. Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Putri, D. L., & Fithrie, S. (2019). Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Pekanbaru (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri). *Ikraith Ekonomika*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. In *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*.
- Rodiah, S., & Melati, I. (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).
- Rohmah, F. (2018). Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i1.3568>
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01).

- Setiawan, E. (2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa).
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4).
- Sudjana. (2012). *Metode Statistik*. Rineka Cipta.
- Sugianto, R. V., & Brahmana, R. K. M. . (2018). Pengaruh Self-Congruity , Curiosity , Dan Shopping Well-Being Terhadap Pola Konsumsi Fast Fashion Pada Generasi Millennial Di Surabaya. *Agora*, 6(1).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). In *Alfabeta*.
- Tarantang, J., Kurniawan, R., Muhammad, G., & Firdaus, F. (2020). *Electronic Money Sebagai Alat Transaksi Dalam Perspektif Islam*. *IAIN Palangkaraya*, 7. <https://doi.org/10.21274/an.2020.7.1.1> - 21
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>
- Wastakbaru, A. L. A. (2017). Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) T-Cash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam). In *BMC Public Health*.
- Wathan, H., & AK, M. F. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Pada Generasi Milenial Muslim di Polmed. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*.

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*.

Yunanto, T. K. (2016). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Tangerang Selatan. *Ekonomi Bisnis*.