

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Abdullah, F., & Ward, R. (2016). Developing a General Extended Technology Acceptance Model for E-Learning (GETAMEL) by Analysing Commonly Used External Factors. *Computers in Human Behavior*, 56, 238–256. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.036>
- Aditama, M. (2021). Antusiasme Pembayaran Tagihan Online Lewat ShopeePay Meningkatkan Saat Pandemi. Diambil 27 April 2021, dari www.nextren.grid.id website: <https://nextren.grid.id/read/012540443/antusiasme-pembayaran-tagihan-online-lewat-shopeepay-meningkat-saat-pandemi?page=all>
- Ali, H. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (10th ed). Boston: Cengage Learning.
- Anggraeni, R. (2020). Saat Pandemi Transaksi Uang Elektronik Tumbuh Tinggi. Diambil 14 Maret 2021, dari ekbis.sindonews.com website: <https://ekbis.sindonews.com/read/73978/33/saat-pandemi-transaksi-uang-elektronik-tumbuh-tinggi-1592471166>
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., Buchwitz, L. A., & Gaudet, D. (2017). *Marketing: An Introduction* (6th ed). Canada: Pearson Education Canada.
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 6 (1), 54–61. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Bank Indonesia. (n.d.). Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia. Diambil dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). Apa itu Uang Elektronik. Diambil 22 Februari 2021, dari Bank Indonesia website: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective* (8th ed). New York: McGraw-Hill Education.

Yola Auralia, 2021

ANALISIS MINAT PENGGUNAAN ULANG PADA DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY DI MASA PANDEMI COVID-19

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Burhan, F. A. (2020). Riset Ipsos: Pengguna ShopeePay Lebih Loyal Dibanding OVO dan GoPay. Diambil 1 April 2021, dari www.katadata.co.id website: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5fa28bae033b6/riset-ipsos-pengguna-shopeepay-lebih-loyal-dibanding-ovo-dan-gopay>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition*. Harlow: Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Daily, V. (2021). Hasil Riset Digital NeuroSensum, ShopeePay Pimpin Dompot Digital. Diambil 27 Maret 2021, dari www.vemmedaily.com website: <https://www.vemmedaily.com/2021/03/06/hasil-riset-digital-neurosensum-shopeepay-pimpin-dompot-digital/>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, 13*(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management, 6*(1), 288–298.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO*. 1–15.
- Ferdinand, A. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Genady, D. I. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta). In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Edisi 2). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Suryani Ed). Yogyakarta: Deepublish.

- Imandiar, Y. (2020). Tutup Rangkaian 11.11, ShopeePay Kembali Hadirkan Promo Spesial. Diambil 16 Maret 2021, dari inet.detik.com website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5256140/tutup-rangkaian-1111-shopeepay-kembali-hadirkan-promo-spesial>
- Immanuel, D. M., & Dewi, Y. K. (2020). Mobile Payment Adoption Intention During Pandemic Covid-19 in Indonesia. *Journal of Information System and Technology Management*, 5(19), 60–76. <https://doi.org/10.35631/jistm.519006>
- Informatika, K. K. dan. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Istiarni, P. R. D. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan*.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth European Edition* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lidwina, A. (2020). Apa Layanan Digital yang Sering Digunakan selama Covid-19? Diambil 18 Maret 2021, dari databooks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19#>
- Maarif, N. (2020). Puncak 12.12, ShopeePay Tawarkan 9 Kali Promo dalam Sehari. Diambil 16 Maret 2021, dari inet.detik.com website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5290540/puncak-1212-shopeepay-tawarkan-9-kali-promo-dalam-sehari>

- Maharani, A. (2021). Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia. Diambil 14 Maret 2021, dari www.kumparan.com website: <https://kumparan.com/alifiamhrn14/penggunaan-uang-elektronik-di-indonesia-1v2Gbw9BHEX/full>
- Malik, A. (2020). Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp17,23 Triliun, Ini Data Historisnya. Diambil 14 Maret 2021, dari www.bareksa.com website: <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya>
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Popon, S., Yuniati, U., ... Pujianto, D. (2020). *Digital Marketing*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Muhsin, M., Santoso, B., & Setianingsih, W. E. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Syariah Cabang Jember*.
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2020). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Nasution, A. P., Munthe, I. R., & Rambe, B. H. (2021). Transaksi Uang dan Dompot Digital Pada Saat Masa Pandemi Virus Corona (Covid-19). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jtikp.v12i1.223>
- Nicoletti, B. (2017). *The Future of Fintech: Integrating Finance and Technology in Financial Services (Palgrave Studies in Financial Services Technology)*. Italy: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-51415-4> Library
- Novianti, A. W., Pratomo, D., & Kurnia. (2017). Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University). *e-Proceeding of Management*, 4(2)(2), 1628–1636.

- Nurdin, S. (2020). Maraknya Penggunaan E-Wallet di Tengah Pandemi COVID-19. Diambil 18 Maret 2021, dari [id.berita.yahoo.com](https://id.berita.yahoo.com/maraknya-penggunaan-e-wallet-di-102802375.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAABjHM9vhUebuA5izPDh9v01cgpv2pPacL7N-7S8JvtgQib8zdow783AY6vdCBMh3XD8Ui42qZXe1OfgV970374BaRRxcgROi3C2) website: https://id.berita.yahoo.com/maraknya-penggunaan-e-wallet-di-102802375.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAABjHM9vhUebuA5izPDh9v01cgpv2pPacL7N-7S8JvtgQib8zdow783AY6vdCBMh3XD8Ui42qZXe1OfgV970374BaRRxcgROi3C2
- Pink, B. (2020). Mei 2020, BI mencatat Transaksi Uang Elektronik Tumbuh Tinggi. Diambil 14 Maret 2021, dari [keuangan.kontan.co.id](https://keuangan.kontan.co.id/news/mei-2020-bi-mencatat-transaksi-uang-elektronik-tumbuh-tinggi) website: <https://keuangan.kontan.co.id/news/mei-2020-bi-mencatat-transaksi-uang-elektronik-tumbuh-tinggi>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72–85. <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i1.623>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Priskila, & Sitinjak, T. (2019). Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay Di Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen Kwik Kian Gie*, 9(1), 13–22.
- Rahayu, E. M. (2020). Ipsos Paparkan Tingkat Kepuasan Pengguna Dompot Digital di Indonesia. Diambil 11 Maret 2021, dari [swa.co.id](https://swa.co.id/swa/trends/ipsos-paparkan-tingkat-kepuasan-pengguna-dompot-digital-di-indonesia) website: <https://swa.co.id/swa/trends/ipsos-paparkan-tingkat-kepuasan-pengguna-dompot-digital-di-indonesia>
- Rahmawati, A. D., Suharyati, & Manggabarani, A. S. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal KORELASI I (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 709–721.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15.
- Rantung, H. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan, E. M. (2020). The Determinants Influencing Behavioral Intention To Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 352–360. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30784>
- Ratriani, V. (2020). Cara menggunakan ShopeePay agar belanja semakin mudah.

Diambil 14 Maret 2021, dari <https://personalfinance.kontan.co.id/> website: <https://personalfinance.kontan.co.id/news/cara-menggunakan-shopeepay-agar-belanja-semakin-mudah?page=all#:~:text=>

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Madiun: Deepublish.
- Rizkia, I. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna OVO di Grab Kebumen). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa*, 1–10.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jra*, 09(05), 92–107.
- Salisa, N. R., Aeni, I. N., & Chamid, A. A. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Penggunaan Sistem Keuangan Desa: Pendekatan TAM dan TPB. *Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 34–53. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.829>
- Santoso, Y. I. (2021). OECD Proyeksikan Ekonomi Indonesia Tumbuh 4,9% di 2021. Diambil 28 April 2021, dari <https://nasional.kontan.co.id/> website: <https://nasional.kontan.co.id/news/oecd-proyeksikan-ekonomi-indonesia-tumbuh-49-di-2021-ini-kata-sri-mulyani#:~:text=KONTAN.CO.ID - JAKARTA,%2C4%25 pada tahun 2022.>
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Saraswati, C. K. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Daya Tarik Promosi, dan Desain Produk Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Mobil Honda All New Jazz Dibandingkan Pesaing Sejenisnya (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Honda All New Jazz di K. 1–63*.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2493>
- Sarwono, J. (2018). *Statistik untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behavior. In *Pearson Australia*. (8th ed.). New York: Pearson Education.

- Schofield, D. (2021). Responsive Redesign and its Effects on Perceived Usefulness. *Journal of Computer Applications*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.5121/caij.2021.8101>
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran - Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Shopee. (2018). Apakah yang dimaksud dengan ShopeePay? Diambil 22 Februari 2021, dari help.shopee.co.id website: <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePay>
- 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), 155–163.
- Siregar, A. Z., & Harahap, N. (2019). *Strategi dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah dan Publikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Stokes, R. (2018). *eMarketing The essential Guide to Marketing in a Digital World* (6th ed.). South Africa: The Red & Yellow Creative School of Business.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sui, X., & Geng, X. (2021). Continuous Usage Intention to e - Transaction Cards in Wholesale Markets of Agriproducts : Empirical Evidence from China. *Future Business Journal*, 7(11), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00056-x>
- Walfajri, M. (2020). Riset: ShopeePay rajai transaksi uang elektronik saat Harbolnas di tengah pandemi. Diambil 16 Maret 2021, dari www.keuangan.kontan.co.id website: <https://keuangan.kontan.co.id/news/riset-shopeepay-rajai-transaksi-uang-elektronik-saat-harbolnas-di-tengah-pandemi?page=1>
- WHO. (2021). Indonesia Situation. Diambil 18 Maret 2021, dari covid19.who.int

website: <https://covid19.who.int/region/searo/country/id>

Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pusataka Setia.