

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Sudarwanto, T., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya*. 8(3), 1006–1012.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
https://www.google.co.id/books/edition/E_commerce_dasar_Teori_Dalam_Bisnis_Digi/sXf2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=dompet+digital&pg=PA62&printsec=frontcover
- Al-Amri, R., Maarop, N., Jamaludin, R., Samy, G. N., Magalingam, P., Hassan, N. H., Ten, D. W. H., & Daud, S. M. (2018). Correlation analysis between factors influencing the usage intention of NFC mobile wallet payment. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 10(2S), 215–228.
<https://doi.org/10.4314/jfas.v10i2S.18>
- Alip Al Fayed, M., Yuliniar, & Suharyati. (2020). Analisis Minat Beli Sepatu Sneakers Nike. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 133–149.
- Anarjia, K., & Rante, J. Z. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Sakuku Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Cikarang. *Jurnal Sistem Informasi*, 1, 1–8.
<https://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/JSI/article/view/392/282>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.

https://www.google.co.id/books/edition/komunikasi_pemasaran_Konsep_dan_Aplikasi/5oM8EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=promosi+adalah&pg=PA87&printsec=frontcover

Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII* (E. Arinawati & B. Suryadi (eds.)). Gramedia Widiasarana Indonesia.

Aripin, Z. (2021). Marketing Management. In *Deepublish*. Deepublish (CV Budi Utama).

https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_Management/Tzk1EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=promosi+adalah&pg=PA99&printsec=frontcover

Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen_Pemasaran/baTXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran&printsec=frontcover

Astuti, M., Dwi, A., Prabaningrum, A., & Tjiptaningsih, D. S. (2020). Aplikasi Streaming Music Spotify: Harga, Citra Merek, Minat Beli. *Konferensi Riset Nasional Manajemen Da Akuntansi I*.

Astuti, M., Prambaudy, K., & Tjiptaningsih, D. S. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–15.
<https://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/7345>

Astutik, Y. (2019). *LinkAja, Program Sinergi BUMN Terbesar Sepanjang Sejarah*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190704201836-37-82825/linkaja-program-sinergi-bumn-terbesar-sepanjang-sejarah>

Aydin, G. (2016). Adoption of mobile payment systems: a study on mobile wallets. *Pressacademia*, 5(1), 73–73.
<https://doi.org/10.17261/pressacademia.2016116555>

Bank Indonesia. (n.d.). *Teknologi Finansial (Fintech)*. Bank Indonesia. Retrieved

- September 21, 2021, from <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited.
- CNBC. (2021). *LinkAja Catat Kenaikan Pengguna Jadi 61 Juta pada Akhir Tahun*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210114152411-51-215977/linkaja-catat-kenaikan-pengguna-jadi-61-juta-pada-akhir-tahun>
- Coolidge, F. L. (Frederick L. (2013). *Statistics : a gentle introduction*. SAGE Publications.
- Devita, V. D. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Iprice. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Dr. Darmanto, M. M., & Drs. Sri Wardaya, M. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa , Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. STIE St. Pignatelli Surakarta, 9.
- Evandio, A. (2021). *Setahun Covid-19, Indef: Dompot Digital Makin Aktif Diadopsi - Teknologi Bisnis.com*. Bisnis.Com. <https://teknologi.bisnis.com/read/20210302/84/1362983/setahun-covid-19-indef-dompot-digital-makin-aktif-diadopsi>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish (CV Budi Utama).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media. https://www.google.co.id/books/edition/PERILAKU_KONSUMEN_Sikap_dan_Pemasaran/XDKaDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (4th ed.)*. Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM. SPSS)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handani, R. P., & Fundianto. (2019). *Wanted!!! Prospective Successful Entrepreneurs Only! One Peach Media*.
https://www.google.co.id/books/edition/WANTED_PROSPECTIVE_SUCCESFUL_ENTREPRENE/f4-wDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. In *Perspektif* (Vol. 16, Issue 1). CAPS (CenterForAcademicPublishingService).
- Hawari, R., Handayani, T., & Ariani, N. (2020). *Analisis Minat Beli Konsumen Produk Sepatu Olahraga Nike. 1*, 1286–1297.
- Heri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
<https://books.google.co.id/books?id=Z-fWDwAAQBAJ&pg=PA2&dq=manajemen+pemasaran&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwi1npuY8eDtAhWZcn0KHT5VDdIQuwUwAXoECAAQCQ#v=onepage&q=manajemen+pemasaran&f=false>
- Hoang, H., & Le, T. T. (2020). The role of promotion in mobile wallet adoption - A research in Vietnam. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems*, 5(6), 290–298. <https://doi.org/10.25046/aj050635>
- I Putu Agus Swastika, M. K., I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, S. P. M. T., Pramesta, A., OFFSET, C. V. A., & Primakara, S. (2016). *Audit Sistem Informasi dan Tata Kelola Teknologi Informasi: Implementasi dan Studi Kasus*. Penerbit Andi. https://books.google.co.id/books?id=_iU3DgAAQBAJ
- Ipsos. (2020). *Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*.
- J. Paul Peter, & Jerry C. Olson. (2020). *Consumer Behavior & Marketing Strategy - Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.

- J, D. N., & Setiadi, S.E., M. M. (2019). *Perilaku Konsumen*. Prenada Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/DZLYDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=perilaku+konsumen&printsec=frontcover
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Kencana Prenada Media Group.
https://books.google.co.id/books?id=5KRPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Jakpat. (2020). *Indonesia Digital Wallet 2nd Semester of 2020 - JAKPAT Survey Report - JAKPAT*. <https://blog.jakpat.net/indonesia-digital-wallet-2nd-semester-of-2020-jakpat-survey-report/>
- Jemadu, L. (2021). *Strategi LinkAja untuk Gaet Pengguna Milenial dan Generasi Z*. Suara. <https://www.suara.com/tekno/2021/09/30/193829/strategi-linkaja-untuk-gaet-pengguna-milenial-dan-generasi-z>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (1st ed.). CV Andi Offset.
- Juliana, J., Djakasaputra, A., Pramezwarly, A., & Hutahaean, J. (2020). *Marketing Strategy in Digital Era*. PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Juliandi, A. (2018). *Structural equation model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.2538001>
- Kevyn, M., Pahlevi, R., & Simarmata, P. (2020). Analisis Minat Beli Konsumen Sepatu Reebok. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 882–894. <https://blog.ub.ac.id/>
- Kock, J. (2017). *The Technology Acceptance Model (TAM) An Overview*. GRIN Verlag.
[https://books.google.co.id/books?id=ftq7dwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=technology+acceptance+model+\(tam\)&hl=id&sa=x&ved=2ahukewijitcpy9tsahvpt30khf-2csoq6aewaxoecayqag#v=onepage&q=technology acceptance model \(tam\)&f=true](https://books.google.co.id/books?id=ftq7dwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=technology+acceptance+model+(tam)&hl=id&sa=x&ved=2ahukewijitcpy9tsahvpt30khf-2csoq6aewaxoecayqag#v=onepage&q=technology%20acceptance%20model%20(tam)&f=true)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Global Ed*. Pearson Education Limited.

- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kurnianingsih, H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/akunto/article/view/370/223>
- Lemeshow, S., Hosmer, D., Klar, J., & Lwanga, S. (1991). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons Ltd.
- Lidwina, A., & Bayu, D. J. (2021). *Dompot Digital Jadi Metode Pembayaran Terfavorit saat Belanja Online | Databoks*. ShopBack. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/14/dompot-digital-jadi-metode-pembayaran-terfavorit-saat-belanja-online>
- Lidwina, A., & Fitra, S. (2020). *Apa Layanan Digital yang Sering Digunakan selama Covid-19? | Databoks*. RedSeer. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19>
- Lidwina, A., & Ridhoi, M. A. (2020). *GoPay Jadi Dompot Digital Paling Populer di Indonesia | Databoks*. DailySocial.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/28/gopay-jadi-dompot-digital-paling-populer-di-indonesia>
- Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi* (1st ed.). Penerbit Andi (CV Andi Offset). https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Terapan_untuk_Ilmu_Ilmu_Sosia/9lgmEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=populasi+adalah&pg=PA93&printsec=frontcover
- Mawardani, F. (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.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41808/36140>

Muh, & Brahim, N. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK*. Penerbit Andi.

https://www.google.co.id/books/edition/Produk_Kreatif_dan_Kewirausahaan_Akuntan/g_wuEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Nadira, A. (2021). *Hal-Hal yang Perlu Kamu Ketahui tentang Dompot Digital*. Oy! Indonesia. <https://www.oyindonesia.com/blog/hal-hal-yang-perlu-kamu-ketahui-tentang-dompot-digital>

Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.

Nuharyati, H. (2021). *Number of internet users in Indonesia 2023 | Statista*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>

Prasetyo, B. D., Febriani, N., Asmara, W. W., Tamitianadi, D. D., Destriy, A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press. https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran_Terpadu/ZoyIDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=promosi+penjualan&pg=PA123&printsec=frontcover

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*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>

Priowirjanto, E. S., Hatami, R. F., & Firdausa, S. (2021). *Terminologi Ekonomi dan Teknologi Informasi dalam Hukum Ekonomi Pada Era Ek...* Bintang Pustaka Madani.

https://www.google.co.id/books/edition/Terminologi_Ekonomi_dan_Teknologi_Inform/pn4-

[EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=dompot+digital&pg=PA45&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Terminologi_Ekonomi_dan_Teknologi_Inform/pn4-EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=dompot+digital&pg=PA45&printsec=frontcover)

- Rahmawati, Y. D., & Rahmi, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 1–6.
- Reskyana, N. (2020). Analysis of Factors Affecting Continuance Usage Intention of Linkaja Applications. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 17–28.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 3(2), 699 – 711. <https://doi.org/10.30736/JPENSI.V3I2.164>
- Rubini, A. (2017). Fintech In A Flash, Financial technology made easy. *CIRED - Open Access Proceedings Journal*, July.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penerbit NEM.
https://www.google.co.id/books/edition/Technology_acceptance_model_tam/eca6eaaaqbaj?hl=en&gbpv=0
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2493>
- Sauro, J. (2019). *10 Things to Know about the Technology Acceptance Model – MeasuringU*. Measuring U. <https://measuringu.com/tam/>
- Schindler, J. (2017). FinTech and Financial Innovation: Drivers and Depth, Finance and Economics Discussion Series 2017-081. *Finance and Economics Discussion Series 2017-081*.
- Sembiring, R., Nobelson, & Sari, I. D. P. (2017). Pengaruh Harga (Price), Kenyamanan Konsumen (Customer Convenience) Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli Di Lazada.Co.Id. *ISEI Business and Management*

Review, *1*, 73–78.
<http://jurnal.iseibandung.or.id/index.php/ibmr/article/view/18/16>

Simamarta, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, S., Anggusti, M., & Muliatie, Y. E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Perilaku_Konsumen_dan_Loyalita/mrc0EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Simanjuntak, M., Chandra, E., Sahir, S. H., Sitorus, S. A., Sugiarto, M., Cecep, H., SN, A., Sudarso, A., Simarmata, H. M. P., Purba, S., Sudarmanto, E., & Sulasih. (2021). *Kewirausahaan: Konsep dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/Kewirausahaan_Konsep_dan_Strategi/svs_EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen*. IOCS Publisher. https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/g646EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=persepsi+manfaat&pg=PA166&printsec=frontcover

Sudarso, A., Purba, B., Ardiana, D. P. Y., Manullang, S. O., Karim, A., Purba, P. B., Muliana, M., Siagian, V., Noor, M., Siregar, H., Jamaludin, J., Sudarmanto, E., Ashoer, M., Nugraha, N. A., & Septarini, R. S. (2020). *Konsep E-Bisnis*. Yayasan Kita Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_E_Bisnis/bdcHEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=dompet+digital&pg=PA110&printsec=frontcover

Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi. https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_dan_Fintech_di_Indones/kpD5DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Sulistyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompet Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan*

- Akuntansi*, 4(1), 17–34. <https://doi.org/10.24269/ISO.V4I1.323>
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (T. Admojo (ed.)). CAPS (Cente For Academic Publishing Service).
- Supriatna, Y., Adiyanto, Y., & Sunaryo, D. (2019). *Induksi Manajemen Pemasaran*. Penerbit Qiara Media. https://www.google.co.id/books/edition/induksi_manajemen_pemasaran/a5khdwaaqbaj?hl=en&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran&printsec=frontcover
- Surajiyo, Nasrudin, & Paleni, H. (2020). *Penelitian Sumber Daya Manusia Pengertian, Teori dan Aplikasi Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows*. Deepublish Publisher.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial - Google Books* (1st ed.). CV Andi Offset. https://www.google.co.id/books/edition/Statistik_Inferensial/jVJLDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=analisis+inferensial&printsec=frontcover
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. PT Penerbit IPB Press. https://www.google.co.id/books/edition/Aplikasi_Metode_SEM_PLS_dalam_Pengelolaa/NzeIEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=syahrir+aplikasi+metode&printsec=frontcover
- Taufan, A., & Yuwono, R, T. (2019). Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study : GO-PAY). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(7), 413–419.
- Telkomsel. (2020). *Manfaat pakai LinkAja - 10 Keuntungan pakai LinkAja / Telkomsel*. <https://www.telkomsel.com/about-us/blogs/manfaat-pakai-linkaja-10-keuntungan-pakai-linkaja>
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian/rmL2DwAAQBAJ

AJ?hl=en&gbpv=0

- Tony Sitinjak, M., & Leoni Joan. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2). <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/596>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. https://www.academia.edu/9829534/Technology_Acceptance_Model_3_and_a_Research_Agenda_on_Interventions
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. CV Pustaka Setia.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). *Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet : Sikap Sebagai Variabel Mediator*. 5(1), 74–88.