

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M., & Sesunan, Y. S. (2023). Decision Making on The Use of A Shariah-based E-Wallet by Indonesian Consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 1739–1752. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.7.017>
- Al-Qadasi, A., & Karim, F. B. (2023). Consumer Trust as a Mediator of the Link Between Promotional Mix and Customer's Decision to Use Cellular Phone Service. *Archives of Business Research*, 11(8), 82–95. <https://doi.org/10.14738/abr.118.15281>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Revisi)*. Alfabeta.
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.2.01>
- Annur, C. M. (2020). *Gen Z Paling Sering Gunakan Shopee Pay & E-money untuk Bertransaksi*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/gen-z-paling-sering-gunakan-shopee-pay-e-money-untuk-bertransaksi>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Astuti, M., Dewi, F. I. R., & Mardiatmi, A. B. D. (2023). *E-Marketing Konsep dan Transformasi Digital* (D. Ruhjatini (ed.)). Deepublish.
- Bank Indonesia. (2018). *Mengenal Financial Teknologi*. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Kebijakan Moneter - Triwulan IV 2022*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-IV-2022.aspx>
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- CNN Indonesia. (2023). *8 Cara Top Up ShopeePay, dari M-Banking sampai Minimarket*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230704142617-190-969346/8->

cara-top-up-shopeepay-dari-m-banking-sampai-minimarket#:~:text=Selain melalui aplikasi mobile banking,isi saldo ShopeePay per transaksi.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, I. R. (2022a). *Makin Sengit, Ini Daftar “Pasangan” Ecommerce-Dompet Digital*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220812064458-37-363154/makin-sengit-ini-daftar-pasangan-ecommerce-dompet-digital>
- Dewi, I. R. (2022b). *Peta Kompetisi Dompet Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompet-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>
- Dhia, A. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Melanjutkan Penggunaan E-Wallet. *Universitas Islam Indonesia*.
- Digital Transformation Indonesia. (2023). *Menuju Era Pembayaran Tanpa Uang Tunai: Tren dan Tantangan Pembayaran Digital di Indonesia*. Digital Transformation Indonesia. <https://digitaltransformation.co.id/tren-dan-tantangan-pembayaran-digital-di-indonesia/>
- Dwi Susanti, R. A., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money OVO, Go-Pay, dan DANA. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2404>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartami Santi, I., & Sudiasmo, F. (2020). *Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention To Use dan Actual Usage pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. CV. Jakad Media Publishing.
- Ilham S.A, A., Yulianti, R., Setya W, P., & Utomo M, W. (2022). Effect of E-Money Easy and Usefulness on Decisions To Use E-Money in Society (Case Study of The South Surabaya Community). *Neo Journal of Economy and Social Humanities*, 1(1), 52–61. <https://doi.org/10.56403/nejesh.v1i1.25>
- Ilyas Rinaldi, T., Syarief, N., & Pusporini. (2020). Analisis Keputusan Penggunaan Transportasi Online GRABCAR. *PROSIDING BIEMA Business Management*,

*Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 160–170.

- Indriani, N. P. L., Sugiati, G. A., & Indiani, L. P. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, dan Perceived Risk terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Halodoc di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.22225/wmbj.5.1.2023.14-26>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Data Reportal - We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Transaksi Digital Marak, Jakarta Dominasi Sebaran Uang Elektronik Terdaftar di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/transaksi-digital-marak-jakarta-dominasi-sebaran-uang-elektronik-terdaftar-di-indonesia>
- Kusumo, M. H., & Rosyadi, I. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 50–67. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876>
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Mamduh, N. (2022). *10 Aplikasi Dompot Digital Terbaik dan Banyak Diskon*. Telset.Id. <https://telset.id/apps/aplikasi-dompot-digital-terbaik/>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (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(3), 1455–1463. <https://doi.org/doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1455-1463>
- Muhamad, N. (2023). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. Databoks.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *FAQ: Kategori Umum*. Otoritas Jasa Keuangan. [https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ Fintech Lending.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf)
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.

<https://doi.org/doi.org/10.30872/jmmn.v13i3.10130>

- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). Generasi Z Sebagai Generasi Wirausaha. *INA-Rxiv Papers, 1*(1). <https://doi.org/10.31227/osf.io/4m7kz>
- Puspitasari, I., Wiambodo, A. N. R., & Soeparman, P. (2021). *The Impact of Expectation Confirmation, Technology Compatibility, and Customer's Acceptance on E-Wallet Continuance Intention*. 050012. <https://doi.org/10.1063/5.0042269>
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid: Jurnal Ilmiah, 17*(2).
- Rizaty, M. A. (2022). *Ragam E-Commerce Favorit Konsumen Indonesia, Apa Saja?* DataIndonesia.Id.
- Rizaty, M. A. (2023). *Transaksi e-Commerce RI Tak Capai Target pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ri-tak-capai-target-pada-2022>
- Saleh, H. M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7*(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>
- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- 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>
- Sayekti, I. M. S. (2023). *Intip Beragam Promo Pilihan ShopeePay yang Hadir dengan 2 Kampanye Terbaru*. PressRelease.Id. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/intip-beragam-promo-pilihan-shopeepay-yang-hadir-dengan-2-kampanye-terbaru>
- Setiawan, D. (2022). *Sangat Mudah Dipahami, Beragam Cara Menggunakan Shopeepay*. VIVA. <https://www.viva.co.id/digital/startup/1515133-cara-menggunakan-shopeepay>
- shopeepay.co.id. (2021). *Fitur*. ShopeePay. <https://shopeepay.co.id/fitur>
- Solomon, M., White, K., & Dahl., D. W. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, Being* (7th ed.). Pearson.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). CV Alfabeta.
- Suharyati, S., & Sofyan, P. (2019). Edukasi Fintech Bagi Masyarakat Desa Bojong Sempu Bogor. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v1i2.2880>
- Syaiqoni, I., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kenyamanan terhadap Keputusan Penggunaan GO-FOOD. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 56. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7582>
- Tayibnaps, R. G. (2020). The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(9), 81. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i9.1924>
- Tien Dat, P., & Phan Thi Hang, N. (2021). Factors Affecting Decision to Use E-Banking Services: A Case Study of Vietnam Commercial Banks during COVID-19 Pandemic. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(10).
- Tri Anggono, B. N., Istiatin, & A B, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan GOPAY. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.144-153>
- Twitter.com. (2023). *ShopeePay Susah*. Twitter.Com. [https://twitter.com/search?q=shopeepay susah&src=typed\\_query](https://twitter.com/search?q=shopeepay%20susah&src=typed_query)
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (1st ed.). CV. Seribu Bintang.
- 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>
- Yudhistira. (2023). *Cara Mengaktifkan ShopeePay: Daftar Akun Makin Mudah!* Julo. [https://www.julo.co.id/blog/cara-mengaktifkan-shopeepay#:~:text=Dengan ShopeePay%2C kamu bisa melakukan,transfer uang kepada teman-temanmu.&text=Dengan adanya fitur-fitur tersebut,ketika ingin melakukan transaksi online](https://www.julo.co.id/blog/cara-mengaktifkan-shopeepay#:~:text=Dengan%20ShopeePay%20kamu%20bisa%20melakukan,transfer%20uang%20kepada%20teman-temanmu.&text=Dengan%20adanya%20fitur-features%20tersebut,ketika%20ingin%20melakukan%20transaksi%20online).
- Yudiantara, P. O., & Widagda, I. G. N. J. A. (2022). The Role of Trust in Mediating the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Decisions to Use the LinkAja Digital Wallet. *International Journal of Health Sciences*, 6(S4), 6310–6327. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS4.11176>
- Zulfikar, M. I., Komariah, K., & Samsudin, A. (2022). Analisis Promosi Penjualan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay (Survei Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1492–1498. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.2642>