

## DAFTAR PUSTAKA

- Aday, L. A., & Cornelius, L. J. (2011). *Designing and Conducting Health Surveys: A Comprehensive Guide* (3 ed.). London: Wiley.
- Adiyanti, A. (2015). *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal of Business and Management*, 6(2), 88–103.
- Angela, S. (2021). *Analisi Pengaruh Gaya Hidup, Online Costumer Review dan e-WOM terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Anwar, H. (2018). PLS SEM: Pengukuran Kecocokan Model (Inner dan Outer).
- Anwar, H. R. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Promosi Penjualan dan Electronic Word of Mouth eWOM terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay: Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Auralia, Y., Manggabarani, A. S., & Wahyudi, W. (2022). Analisis Minat Penggunaan Ulang pada Dompot Digital ShopeePAY di Masa Pandemi Covid-19. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 1(2), 137–152. <https://doi.org/10.35912/simo.v1i2.916>
- Bernardo, F. O., & Ramli, Y. (2023). The Decision to Use E-Wallet in The Millennial Generation in Jakarta. *Journal of The Community Development in Asia*, 6(2), 70–86. <https://doi.org/10.32535/jcda.v6i2.2265>
- Bernardin, H. J., & Beatty, R. W. (2023). *Performance Appraisal: Assessing Human Behavior at Work (Kent Human Resource Management Series)*. London: Kent Publishing.
- Bryer, D., & Miller, A. (2020). *Social Media Marketing for Beginners 2021: Beyond 2020! Become Skilled Influencer Using Strategies, Content Creations, Essential Tips&Tricks to Win On Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, And More*. New York: Independently Published.
- Byun, H., Chiu, W., & Bae, J. (2018). Exploring the Adoption of Sports Brand Apps. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 9(1), 52–65. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.2018010105>
- Carillo, T. J. (2023). Factors Affecting Consumer Intention and Adaption to Use Mobile Wallets in Province of Batangas. *International Journal of Research Publications*, 130(1), 33–45. <https://doi.org/10.47119/IJRP1001301820235303>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing*. London: Pearson

Education Limited.

- Davis, F. . 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>
- Dwityas, N. A., Briandana, R., Mijan, R., Richard, & Wardhani, D. (2021). eWOM and Decision Making on the Use of e-Wallet Application By Indonesian Customers. *International Journal of Economics and Business Administration*, 9(4), 181–193. <https://doi.org/10.35808/ijeba/742>
- Fairuzha, D. A., Rahmiaji, L. R., & Manalu, S. R. (2022). Pengaruh Intensitas Konsumsi E-WOM E-Wallet, Intensitas Komunikasi -WOM E-Wallet, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi E-Wallet. *Interaksi Online*, 11(1), 261–271.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi di Perpustakaan. *Iqra: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(1), 1–13.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (2 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fernanda, D. B. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pengguna e-Money: Study pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Soekarno-Hatta Kota Malang*. Skripsi. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (Ed. 4). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gojek. (2023). Apa itu GoPay? Diambil 11 November 2023, dari <https://www.gojek.com/id-id/help/gopay/apa-itu-go-pay/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Canks, N. P., & Ray, S. (2020). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. New York: Springer.
- Jayani, D. H. (2020). Dompot Digital Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan Terbanyak. Diambil 5 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/19/persaingan-dompot-digital-di-indonesia-gopay-miliki-pengguna-terbanyak>

- Juliansyah, N. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity* (5 ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). *Marketing Strategy in the Digital Age: Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing*. New York: World Scientific Publishing.
- Kotler, Philip, Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology fo Humanity*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (14 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). *Marketing management 4th European edition. Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13).
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15 ed.). London: Pearson Education.
- Kotler, Phillips, & Amstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Krisnawati, N. W., & Warmika, I. G. K. (2020). Peran Brand Image Memediasai Pengaruh E-WOM terhadap Niat Konsumen Menggunakan Ovo Mobile Payment. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 79–98. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i01.p05>
- Kriyantono, R., & Sa'diyah, H. (2018). Kearifan Lokal dan Strategi Komunikasi Public Relations di BUMN dan Perusahaan Swasta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 171–188.
- Kusnandar, V. B. (2022). Transaksi Digital Kian Marak, Uang Elektronik Capai 594 Juta Unit pada Februari 2022. Diambil 5 September 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/19/transaksi-digital-kian-marak-uang-elektronik-capai-594-juta-unit-pada-februari-2022>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2012). *Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- 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>

- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lestari, P. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan GOPAY (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung)*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Min, S.-R., & Lee, S.-M. (2020). A Study on the Behavior of the User according to the Distribution Development of Online Travel Agency. *The Journal of Distribution Science*, 18(6), 25–35.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa. *Jurnal IKRAITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurhidayah, A., Yuliniar, Y., & Pangestuti, D. C. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay. *Prosiding Biema: Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, 2, 942–955.
- Pahlevi, R. (2022). Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat. Diambil 1 November 2023, dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat#:~:text=Survei DailySocial Fintech Report 2021,oleh 53%2C7%25 responden](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat#:~:text=Survei%20DailySocial%20Fintech%20Report%202021,oleh%2053%2C7%25%20responden).
- Pitafi, A. H., Kanwal, S., & Khan, A. N. (2020). Effects of Perceived Ease of Use on SNSs-Addiction Through Psychological Dependence, Habit: The Moderating Role of Perceived Usefulness. *International Journal of Business Information Systems*, 33(3), 383. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2020.105831>
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen

- pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 139–149.
- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). Effect of Perceived Ease of Use, Word-of-Mouth Communication, and Brand Image on Decision to Use Lazada E-Commerce Services. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 173. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i1.533>
- Puspitasari, D., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan dengan Persepsi Kualitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 147–167. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.12>
- Rahmawati, M., Akbar, M. M., & Mahan, S. A. E. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet LinkAja Pada Mahasiswa FEB Unisba. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2), 1343–1348. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4526>
- Rahmawati, N. K., & Soenhadji, I. M. (2022). Effect of Trust, Perception of Easy, Price Value, on User Loyalty of Digital Wallet (e-wallet) with Decision of Use as an Intervening Variables. *International Journal of Research Publications*, 111(1), 155–176. <https://doi.org/10.47119/IJRP10011111020224020>
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v3i2.2218>
- Ramadhani, G. A. N., Astuti, M., & Nasirun, N. (2022). Examining Factors Influencing Intention to Use E-Wallet in Indonesia (A Conceptual Framework). In *Proceedings of the 7th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220304.051>
- Rezaei, R., Safa, L., & Ganjkanloo, M. M. (2020). Understanding Farmers' Ecological Conservation Behavior Regarding the use of Integrated Pest Management-an Application of the Technology Acceptance Model. *Global Ecology and Conservation*, 22, e00941. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2020.e00941>
- Rinaldi, T. I., Syarief, N., & Pusporini, P. (2020). Analisis Keputusan Penggunaan Transportasi Online Grabcar. *Prosiding Biema: Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, 1, 160–170.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1), 96–106.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Jakarta: Indeks.
- 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. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24834>
- Solomon, M. (2019). *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. London: Pearson.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung.
- Sugiyono. (2017a). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2016). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- 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>
- Wikipedia. (2018). Gojek. Diambil 11 November 2023, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group.