

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulfattah, M. R. W., & Kurniawan, R. R. (2018). Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 90–106.
- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Aljabbaru, I. H., & Sari, D. (2020). Analisis Penggunaan Mobile Payment Linkaja Dengan Menggunakan Model Unified Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1151–1163.
- Amalia, G. P., & Fanida, E. H. (2017). EFEKTIVITAS ELECTRONIC TOLL (E-TOLL) OLEH PT . JASA MARGA SURABAYA (Studi pada Gerbang Tol Otomatis Surabaya-Gempol). *EFEKTIVITAS ELECTRONIC TOLL (E-TOLL) OLEH PT. JASA MARGA SURABAYA (Studi Pada Gerbang Tol Otomatis Surabaya-Gempo*, 5(2), 1–6.
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/18865>
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. (2017). Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipk) Di Jawa Timur. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*, 257.
- Arya Pering, I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48.
<https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.177>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2022). Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 527–536.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.001>
- Dinar, T. (2020). *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*. (S. A. Amirullah (ed.)). Scopindo Media Pustaka.
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.

- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2020). Dampak COVID-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Febriansyah, A. (2017). Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jra.v8i2.525>
- Giriani, A. P., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan e-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(2), 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2010). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publication, Inc.
- Hamid, Rahmad Solling Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Models. In Abiratno, S. Nurdiyanti, & A. D. Raksanagara (Eds.), *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Immawati, Asriah, S., & Dadang. (2019). Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Teccnology (Fintech) di Kota Tangerang. *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Tangerang*.
- Indarti. (2016). *PRESENSI TERPADU FINGERPRINT TERHADAP (Studi Kasus : Dinas Pemadam Kebakaran Lebak Bulus Jakarta Selatan)*. 2.
- International, P. K. (2021). *Digital Payment and Financial Services Usage and Behavior in Indonesia*. PT Kadence International.
- Janah, F. N., Wahyuningsih, G., & Pusparini, M. D. (2019). Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam. *At-Thulab Jurnal*, 1(1), 90.

- Jatihardi, P., Ihsanusyauqie, M., Rusmana, Indriani; KMR, Galuh Nashrullah; Hani, U., & M, A. E. M. . (2020). Tinjauan Hukum Islam terhadap Cashback Aplikasi Pembayaran (Studi Kasus Go-Pay Indonesia). *Notaire*, 3 (3), 405–426. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/2215>
- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyuan, L., Qalati, S. A., & Erusalkina, D. (2019). Effects of the Digital Payment System on Smes Performance in Developing Countries; a Case of Ghana. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, January 2020, 79–87. <https://doi.org/10.36713/epra2997>
- Le, D. N., Kumar, R., Mishra, B. K., Chatterjee, J. M., & Khari, M. (2019). *Cyber Security in Parallel and Distributed Computing: Concepts, Techniques, Applications and Case Studies*. John Wiley & Sons.
- Listyawati, L., & Subardini, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E – Wallet. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 72–89. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v5i2.4191>
- Lusiana, N., Muamar, A., Wasman, W., & Sukardi, D. (2021). Praktik Transaksi Non Tunai Melalui Layanan Syariah Linkaja Pada Ekosistem Keislaman Di Kota Cirebon. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 15(1), 85–102. <https://doi.org/10.24239/blc.v15i1.684>
- Malik, A. N. A., & Annuar, S. N. S. (2021). *The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Reward, and Perceived Risk toward E-Wallet Usage Intention* (pp. 115–130). https://doi.org/10.1007/978-3-030-65147-3_8
- Mandilas, A., Karasavoglou, A., Nikolaidis, M., & Tsourgiannis, L. (2013). Predicting consumer’s perceptions in on-line shopping. *Procedia Technology*, 8, 435–444. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.11.056>
- Marheni, D. K., & Melani, G. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Mobile Payment pada Masyarakat Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 804–815. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.399>
- Muhyi, M., Hartono, Budiyono, S. C., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, A. Q., Astutik, E. P., & Fitriatien, S. R. (2018). *Metodologi Penelitian*. 1–83. www.unipasby.ac.id
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>

- Nainggolan, B. A., & Andrian, D. (2021). Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Intention To Transact Online (Studi Kasus: E-Wallet Ovo Di Kota Surabaya). *Heuristic*, 83–96. <https://doi.org/10.30996/heuristic.v18i2.6159>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Ni'mah, R., & Yuliana, I. (2020). E-Wallet: Sistem Pembayaran Dengan Prinsip Hifzul Maal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 52–66. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i2.2016>
- Nisak, H., & Indarayani, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Digital Payment Di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 37–46. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/9112>
- Novitasari, R., & Supriyanto, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 17(1), 28–36. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i1.33542>
- Nuha, U., Qomar, M. N., & Maulana, R. A. (2020). Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah? *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8449>
- Nurdiansyah, E., Dhita, A. N., & Pratita, D. (2019). Analisis pemanfaatan jurnal elektronik oleh mahasiswa menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 6(2), 175–182. <https://doi.org/10.21831/hsjpi.v6i2.27515>
- Peraturan Bank Indonesia. (2014). *16/8/PBI/2014*.
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2020). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24. <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Pramelani, & Fitra, S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan E-wallet. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(3), 208–213. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i3.2193>
- Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan*. 497–503. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/10809/5271>

- Rachbini, W., J Rachbini, D., Santoso, N., Prayitno, H., & Khumaedi, E. (2020). Metode Riset Ekonomi dan Bisnis (Analisis Regresi - SPSS & SEM - LISREL). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
<https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.100>
- Rifa'i, M., & Hamidi. (2017). Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. *OPTIMA (Jurnal Ilmiah Bidang Agribisnis Dan Ekonomi)*, 1(2), 67–73.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik. In *Deepublish Publisher*. Deepublish.
- Rohila, & Yusuf, M. (2020). Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–17.
- Sahroni, O., & Hasanuddin, M. (2016). *Fikih Muamalah: Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*. Rajawali Pers.
- Sakti, L., & Adityarani, N. W. (2020). Tinjauan Hukum Penerapan Akad Ijarah Dan Inovasi Dari Akad Ijarah Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Fundamental Justice*, 1(2), 39–50.
<https://doi.org/10.30812/fundamental.v1i2.900>
- Salzabella, S., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2021). Analysis of Factors Influencing Consumers in Using the E-Wallet Application. *International Journal of Research and Review*, 8(6), 45–58.
<https://doi.org/10.52403/ijrr.20210608>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Satyagraha, B. (2021). THE EFFECT OF CONVENIENCE-USE, SALES PROMOTION, AND CONSUMER TRUST ON MILLENNIALS CONTINUOUS INTENTION IN USING GOPAY DURING COVID-19 IN JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7403>

- Sholihah, D. R., & Wulansari, A. S. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Karyawan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Daycare. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 11–19.
- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., & Kardini, N. L. K. (2021). *The Influence of Convenience, Easy Usage, and Promotion Towards People's Interest in Using Ovo Application (Non Cash) In Denpasar City*. 3–7.
<https://doi.org/10.4108/eai.14-10-2020.2304253>
- Susanto, I. A., & Saifudin, I. (2019). *EVALUASI PENERIMAAN FITUR LAYANAN GRAB-CAR BERBASIS ANROID SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI ONLINE MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*.
- Sutarti, Syakhroza, A., Diyanty, V., & Setio, A. D. (2019). PENGARUH ADOPSI INOVASI TEKNOLOGI E-BANKING TERHADAP KINERJA DENGAN EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 16(1), 35–60.
<https://doi.org/10.21002/jaki.2019.03>
- Sutrisno, E. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (8th ed.). Kencana.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1054879>
- Talitha Fendya, W., & CHENDRA WIBAWA, S. (2018). Pengembangan Sistem Kuesioner Daring Dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada Lpk Cyber Computer. *It-Edu*, 3(01), 45–53.
- Umaningsih, W. P. dan D. K. W. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(21), 113–119.
<https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Wadi, R. El, & Hendayani, R. (2018). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Dan Penggunaan Sosial Media Pada Instagram J & T Express. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1978–1985.
- Wady, M. R., & Kurniawan, R. R. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol . 6 . No . 1 , April 2018 : 90-106 , ISSN (cet) : 2355-1755 | ISSN (online) : 2579-. 6(1), 90–106*.
- 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>

- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23.
<https://doi.org/10.1108/PRR-08-2017-0034>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Watampone, Indonesia*, 1(14), 63–65.
<https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001>
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 944. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5674>
- Wangi, L. P., Andarini, S., Studi, P., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 79–91.