

## DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek. *Majalah Imiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Akbar Evandio. (2021). *ShopeePay Kalahkan GoPay dan OVO, Kuasai Pasar Dompot Digital*. *Bisnis.Com*.  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20210302/266/1362848/shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo-kuasai-pasar-dompot-digital>
- Andi Riqaf Purnama Alam. (2015). Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Pemasaran Celebes TV di Kota Makassar. *Economix*, 3(1).
- Andreassen, T. W. (1994). Satisfaction, Loyalty, and Reputation as Indicators of Customers Orientation in the Public Sector. *International Journal of Public Sector Management*, 7(2)(pp), 16–34, MCB University Press.
- Anjar Priyono. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik GoPay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88.
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Metodelogi Penelitian, Suatu Pengantar Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324.
- Bank Indonesia. (2009). *PERATURAN BANK INDONESIA NO.11/12/PBI/2009 - UANG ELEKTRONIK (ELECTRONIC MONEY)*. Tim Informasi Hukum, Direktorat Hukum.  
[https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi\\_111209.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_111209.aspx)
- Bank Indonesia. (2016). *PERATURAN BANK INDONESIA NO. 18/40/PBI/2016 TENTANG PENYELENGGARAAN PEMROSESAN TRANSAKSI PEMBAYARAN*. Divisi Informasi Hukum, Departemen Hukum Departemen Komunikasi. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi\\_184016.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx)
- Berry A. Harahap, Pakasa Bary Idham, A. C. M., & Kusuma, R. N. R. (2017). *PERKEMBANGAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERKAIT CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCY (CBDC) TERHADAP TRANSMISI KEBIJAKAN MONETER DAN MAKROEKONOMI* (2). <http://publication-bi.org/repec/idn/wpaper/WP022017.pdf>
- Bosamia, M., & Patel, D. (2019). Wallet Payments Recent Potential Threats and Vulnerabilities with its possible security Measures. *Int. J. Comput. Sci. Eng*, 7(1), 810–817.
- Buchari Alma. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

- Cita, C. S. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-pay pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-jek*. *Akuntansi*, 19–20.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Dedi Rianto Rahadi. (2020). *Financial Technology (FinTech)*. PT. Filda Fikrindo The Right Consulting Partner to Thrive in a Complex World.
- Devita, V. D. (2020). *E-Walet okal Masih mendominasi Q2 2019-2020*. IPrice. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Elsa Silaen dan Bulan Prabawani. (2019). PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Emzir. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Fahmi Ahmad Burhan. (2020). *Transaksi GoJek Tumbuh 10% & GoPay Naik 2 Kali Lipat di Masa Pandemi*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5fad26a3c2db7/transaksi-gojek-tumbuh-10-gopay-naik-2-kali-lipat-di-masa-pandemi>
- Fahmi Ahmad Burhan. (2021). *Riset Awal 2021: Dompot Digital ShopeePay Kalahkan GoPay dan OVO*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompot-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo>
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9(1), 1–13.
- Febiola Wulandari. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP MINAT PERILAKU PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (STUDI PADA PENGGUNA GO-PAY DI KOTA MALANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Fernando, L. A. G. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna GoPay (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkecwara). *Doctoral Dissertation, STIE Malangkecwara*.
- Fitra R. R. (n.d.). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, M-Payment Experience dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran OVO pada Grab dengan Metode Tam (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi GRAB di Yogyakarta)*.
- Flavián & Guinalú. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy. *Journal Emerald*, 106(5). <https://doi.org/10.1108/02635570610666403>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

- Gregor Dorfleitner, Lars Hornuf, M. S. & M. W. (2017). *The Fintech Market in Germany*. 100.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9* (Universitas Diponegoro (ed.)).
- J. Supranto. (1986). *Statistika Teori dan Aplikasi*. Erlangga.
- J.E. Hanke & Reitch A.G. (1998). *Business Forecasting. Sixth Edition*. Prentice-Hall International Ltd.
- John Folley & Kendrick, J. (2006). *Balanced Brand. Strategi memenangkan pasar dengan menyeimbangkan kekuatan brand dan reputasi perusahaan* (A. Achihar (ed.); Terjemahan). Transmedia.
- Junadi<sup>a</sup>, S. (2015). A model of factors influencing consumer's intention to use e-payment system in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220.
- Kartika, A. (2018). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Kenneth Laudon & Traver C.G. (2011). *E-Commerce 2011, 7th Edition* (7th ed.).
- Khoirunnisa. (2019). iPrice: Top 10 E-wallet di Indonesia Q2-2019. *Selular.Id*. <https://selular.id/2019/08/iprice-top-10-e-wallet-di-indonesia-q2-2019/>
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46.
- M. Kuncoro. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis Edidi 3 Cetakan 1*. Erlangga.
- M. Singarimbun & Effendi S. (1989). *Metode Penelitian Survei, LB3ES*.
- Magfira. (2018). *FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN GO-PAY (Studi Kasus: Mahasiswa di Yogyakarta)*.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17. <https://core.ac.uk/download/pdf/162164902.pdf>
- Marsya Nabila. (2020). *Pasar Dompot Digital Selama Pandemi*. *Dailysocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/survei-markplus-shopeepay-ungguli-pangsa-pasar-dompot-digital-selama-pandemi>



- Mia Andika Sari, Rodiana Listiawati, N. & R. V. (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. [http://sisdam.univpancasila.ac.id/uploads/berkas/penelitian/Jurnal\\_Nasional\\_08112021181426.pdf#page=47](http://sisdam.univpancasila.ac.id/uploads/berkas/penelitian/Jurnal_Nasional_08112021181426.pdf#page=47)
- Mia Andika Sari, R. L., & , Novitasari, & R. V. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet. *JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 18(2), 126–134. [http://sisdam.univpancasila.ac.id/uploads/berkas/penelitian/Jurnal\\_Nasional\\_08112021181426.pdf#page=47](http://sisdam.univpancasila.ac.id/uploads/berkas/penelitian/Jurnal_Nasional_08112021181426.pdf#page=47)
- Mitra Driver. (2019). *Kenali GoPay di aplikasi Gojek Customer Anda Lebih Dalam*. Driver GoJek. <https://driver.go-jek.com/s/article/Kenali-GO-PAY-di-aplikasi-GO-JEK-Customer-Anda-Lebih-Dalam-1536822069768>
- Muhamad Nafik Hadi Ryandono. (2018). Fintech Waqaf: Solusi Permodalan Perusahaan Startup Wirausaha Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2). <https://jurnal.ugm.ac.id/jurnalpemuda/article/view/39347/23811>
- Nauman Zahid, Asif Mujtaba, & A. R. (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *Casalo et Al., Dalam Zahid et Al., (2010) Menyatakan Bahwa Keamanan Merupakan Kemampuan Untuk Melindungi Informasi Serta Data Konsumen Dari Tindak Pencurian Dan Penipuan Dlam Layanan Perbankan Secara Online*, 27(1).
- Nugroho, Y. & I. S. (2018). *All Eyes on E-Money: The race to reach 180M unbanked Indonesians*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/tools-resources/research-studies/all-eyes-e-money-race-reach-180m-unbanked-indonesians/>
- 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.
- Nurjanah, A. (2020). Persepsi Penggunaan Ovo Terhadap Minat Dan Kepuasan Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Barat). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 122–131.
- Nurrohyani, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Jurnal EKONOMIKAWAN*, 20(1), 12–25.
- Nusier et.al. (2010). *Transaction security and customer data safety are main concerns of online Customers purchasing product and services*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Penyelenggara Fintech Terdaftar dan Berizin di OJK per 27 Mei 2020*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/-Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-27-Mei-2020.aspx>

- P. Herbig & Milewicz, J. (1993). The Relationship of Reputation and Credibility to Brand Success. *Journal of Consumer Marketing*, 10, 18–24. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000002601>
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2004). Building effective online marketplaces with institution-based trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37–59.
- Pramesti, A. A. A. G. L. S. (2022). *Determinan Minat Penggunaan E-wallet pada Generasi Milenial dan Generasi Z Provinsi Bali di Era Pandemi Covid-19*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- 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(2), 927–953.
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151–170.
- Rachmaniyah, A. Y. N. & F. (2019). FENOMENA PERKEMBANGAN CROWDFUNDING DI INDONESIA. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34–46. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Rahadi, D. R. (2007). Peranan teknologi informasi dalam peningkatan pelayanan di sektor publik. *Seminar Nasional Teknologi*, 2007, 1–13.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Journal Of Economics And Banking*. <Http://182.253.197>.
- Ramadhani, A. L. (2019). Pengaruh Operating Capacity, Sales Growth Dan Arus Kas Operasi Terhadap Financial Distress. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 5(1).
- Ristya Widi. (2011). Uji Validitas dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (JKG Unej)*, 8(1), 27–34.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Roochaety, et, dkk. (2009). *Metode Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Rosmayanti. (2019). *Apa Itu Dompot Digital? Gigital Economy*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompot-digital>
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS versi 23*. Elex Media Komputindo.
- Saraswati, P. D. S. (2020). *Determinan minat penggunaan e-wallet OVO pada transportasi online Grab*. Universitas Pendidikan Ganesha.

- Schimago Institutions Rankings. (2021). *20 Universitas Terbaik Indonesia Versi Scimago Institutions Rankings (SIR)*. Scimagoir.Com. <https://www.scimagoir.com/rankings.php?country=IDN>
- Setyowati, D. (2019). *Transaksi Tembus Rp 89,5 Triliun, Pengguna Aktif GoPay Terbanyak di RI*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a50396948f/transaksi-tembus-rp-895-triliun-pengguna-aktif-gopay-terbanyak-di-ri>
- Shane Mc, Steven L, M. A. V. G. (2000). *Organizational Behavior* (M. Irwin (ed.)). Graw Hill.
- Sonny Harsono. (2004). *Pengantar Problem Based Learning*. Fakultas Kedokteran UGM.
- Stephen P. Robbins. (2005). *Organization Behavior*. Prentice Hall.
- Sugiyono. (2008). *Statistika Untuk Penelitian. Cetakan Ketujuh*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. IKAPI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*. PT. PRIMA UFUK SEMESTA.
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108.
- Sutrisno Hadi. (1981). *Statistik 3*. Andi Offset.
- Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) Pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 105–112.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134–166.
- V. Venkatesh dan Davis F.D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2).
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.

- Widya Desita. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Wulan, V. R. (2017). Financial technology (fintech) a new transaction in future. *Journal Electrical Engineering and Computer Sciences*, 2(1), 177–182.
- Yang, Y., Hsueh, H., Huang, M., Cho, T., & Kishi, Y. (2017). Effect of fintech on the productivity in the Taiwan banking industry. *International Journal of E-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 7(4), 255–263.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116–122.

