

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, Y. A. (2022). Determinan Penggunaan E-Wallet Generasi Milenial Muslim. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam Vol. 06, No. 02*, 189-206.
- Aji, D. P. (2021). Dampak Pengaruh Sosial, Kegunaan dan Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat di Jawa Timur Dengan Moderasi Religiusitas. Hal 1-18.
- Aksami, N. M., & Jember, I. M. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, Vol 8 (9)* :2439-2470.
- Alsuykri, M. R. (2021). Pengaruh Kemudahan, gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19. (Skripsi STIE Malangkecewara).
- Alviano, M. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Masa Pandemi Covid-19. (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Anthony, L., & Sama, H. (2021). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee dan Fintech Shopeepay bagi Masyarakat Senior. *Conference on Management, Business, Innovation, wducation and Social Science, Vol 1 (1)* : 678-686.
- Arnold, M. a. (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing*, 79, 259-268.
- Aulia, N. (2018). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan E-Ticket di Yogyakarta. (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, Vol 15 (2)*: 198-206.
- Bali.bps.go.id. (2021). Rata-rata Konsumsi per Kapita Sebulan Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota (Rupiah), 2019-2021. Retrieved from <https://bali.bps.go.id/>: <https://bali.bps.go.id/indicator/5/38/1/rata-rata-konsumsi-per-kapita-sebulan-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota.html>. Diakses pada 25 Februari 2023.
- Bank Indonesia. (2020, Desember 1). Apa itu Uang Elektronik. Retrieved from [bi.go.id: https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx](https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx). Diakses pada 25 Februari 2023.
- Brown, S. A. (2005). Model of Adoption of Technology in the Household: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *MIS Quarterly Vol. 29 No. 3*, 399-426.

- Cantikasari, Y. d. (2022). Pengaruh Motivasi Hedonis, Materialisme, dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* Vol.23 No.2, 33-43.
- Christover, A. P. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan E-Money Bank Mandiri. (Thesis Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Damayanti, S. L. (2021). Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance Use Technology). *Jurnal Baabu Al-ilmu*, Vol 6 (1) : 11-24.
- Darma, G. P. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* Vol. 13 No. 04, 1422-1433.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* Vol. 13 No. 3, 319-340.
- Dewi, A. P. (2023). The Effect of Using E-Wallet on Attitudes and Lifestyle. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development* Vol. 14 No. 1, 1-12.
- Diana, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Elektronik Money di Indonesia. (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Djkn.kemenkeu. (2022, Oktober 24). PAYLATER DENGAN SEGUDANG RESIKONYA. Retrieved from [djkn.kemenkeu.go.id: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html). Diakses pada 20 Februari 2023.
- Endrica, A. Y. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Social Influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY. *Jurnal Profita* Vol. 9, No. 4 , 1-16.
- Farahdiba, E. S. (2019). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta). (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Farivar, S. O. (2017). A trust-risk perspective on social commerce use: an examination of the biasing role of habit. *Internet Research* Vol.27 No.3, 586-607.
- Fatmawati, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay (Studi Kasus Generasi Z Di Purbalingga. (Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K. H. SAIFUDIN ZUHRI Purwokerto).

- Fawzi, M. &. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan dan Efisien Terhadap Minat E-Wallet Saat Covid-19 . Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol.11 No.9, 1-23.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, T. R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay: pendekatan Technology Acceptance Model. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen, Vol 9 (2) :69-83.
- Herdadi, H. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna E-Wallet Pada Generasi Z. (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik di masyarakat DKI Jakarta. (Skripsi, Universitas Islam negeri Syarif Hidayatullah).
- Holbrook, M. B. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. Journal of Consumer Research Vol. 9, 132-140.
- Iffat, M. F. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. Proceeding of National Conference on Accounting & Finance, 441-449.
- Islamia, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Generasi Z Di Kota Banda Aceh). (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).
- Jannah, S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pengguna E-wallet pada Mahasiswa UIN KHAS Jember Angkatan 2019-2022). (Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kaharu, D. &. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic . Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5 No. 3, 1-24.
- Katadata Insight Centre. 2020. "Mana yang Paling Favorit, E-Money atau E-Wallet?" Katadata.Co.Id. Retrieved: 25 February 25, 2023 (<https://katadata.co.id/muhammadrinhoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-%0Afavorit-e-money-atau-e-wallet.>). Diakses pada 27 Februari 2023.
- Khan, M. (2006). Consumer Behaviour and Advertising Management. New Delhi: New Age International Publisher.
- Khofsoh, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Motivasi Hedonis, Kebiasaan, Promosi Penjualan Terhadap Niat Menggunakan dan

Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus pada Pengguna di Jabodetabek). (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Kotler, P. &. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Generasi Milenial Menggunakan Uang Elektronik (Studi Kasus Mahasiswa Generasi Milenial Universitas Sebelas Maret Surakarta). (Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta).
- Lamb, H. d. (2001). Pemasaran Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah* Vol. 2 No. 01, 1-10.
- Manurung, A. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat di Kota Pematangsiantar pada saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 3 No. 2, 68-80.
- Marsela, A. D. (2022). Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) Volume 01*, 784-790.
- Minta, S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat di Provinsi Aceh. (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).
- Nadhilah, P. R. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet dikalangan Mahasiswa dalam proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA* Vol.4 No.2, 128-138.
- Naufal, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA (Studi Pada Pengguna E-Wallet DANA di Kota Kudus). (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Kudus).
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Emik* Vol. 3 No. 2, 189-205.
- Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, dan gaya Hidup Terhadap Minat Masyarakat Di Kota Cilegon Dalam Menggunakan Alat Transaksi Non Tunai. (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Maulanan Hasanuddin Banten).
- Ong, V. &. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* Vol. 04 No. 02, 516-524.
- Panjaitan, W. M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa S1

- Pengguna E-Wallet Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021). (Skripsi Universitas Jambi).
- Prasetya, I. G. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi Vol. 11, No. 1*, 148-158.
- Prasetyatama, G. (2021). E-Wallet: Determinan Minat Menggunakan pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Moderasi. (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Pratama, R. &. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Starbucks Coffee. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.7 No.1*, 35-51.
- Pringgadini, S. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *Journal of Management & Business Vol. 5 No.1*, 574-584.
- Priyatmoko, S. A. (2015). Pengaruh Lifestyle dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs). (Skripsi Universitas Muhammadiyah Purworejo).
- Putra, D. R., & Roekhudin. (2022). Analisis Determinan Penggunaan E-Wallet Pada Transaksi Pembayaran. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol 10 (2)*.
- Putri P, M. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay Pada Generasi Z. (Skripsi Universitas Pendidikan Ganesha).
- Putritama, A. d. (2020). Factors Affecting The Interest in Using E-money for Millennials. *Jurnal Economia Vol. 16 No. 2*, 245-256.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay dari PT.Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). (Skripsi Universitas Islam Indonesia).
- Rodiah, S., & 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, Vol 1 (2)* : 66-80.
- Sari, I. N. 2021. "Indonesia Pengguna Fintech Tertinggi Ketiga di Dunia." Katadata. Retrieved (<https://katadata.co.id/intannirmala/digital/60d1c95ea19bb/indonesia-pengguna-fintech-tertinggi-%0Aketiga-di-dunia>). Diakses pada 25 Oktober 2022.
- Schiffman, L. G. (2015). *Consumer Behaviour Eleventh Edition*. New York: Pearson.

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Shafly, N. A. (2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 8 No.2*.
- Silaban, L. A. (2021). Faktor–Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Alat Transaksi Pembayaran Fintech (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung). (Skripsi Universitas Lampung).
- Simanjuntak, P. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi E-Money Melalui Kepuasan Konsumen. (Skripsi Universitas Sanata Dharma).
- Statistik, B. P. (2020). Hasil Sensus Penduduk 2020 Provinsi Bali. Retrieved from <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/86/175951/0>. Diakses pada 23 Februari 2023.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N. L. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, dan Risiko Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet dalam Transaksi Keuangan. *Jurnal Harian Regional Vol. 12, No. 03*, 407-420.
- Tarantang, J. A. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al Qardh Vol. 4 No.1*, 60-75.
- Umiyati, I., Putri, T. E., & Maya, N. (2021). Social Influence, Usability, And Security On The Intensity of Dana e-Wallet Use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, Vol 03 (01) : 113-130.
- Vania, H. F. (2022). Mayoritas Masyarakat Gunakan Dompot Digital Sebulan Sekali. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/28/mayoritas-masyarakat-gunakan-dompot-digital-sebulan-sekali>. Diakses pada 25 Oktober 2022.
- Venkatesh, V. J. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly Vol. 36 No.1*, 157-178.
- Venkatesh, V. M. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly Vol. 27 No. 3*, 425-478.
- Wati, S. E. (2020). Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. . (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).

- Wang, E. S.-T.-Y. (2014). Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention. *Journal of Electronic Commerce Research* Vol. 15 No 2., 119-132.
- Yudhistira, A. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Keamanan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia). (Skripsi Universitas Islam Indonesia).

