

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T.Hani. 2018. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid:1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. England: Pearson.

Sugiyono. (2017). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Jurnal:

Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3). 896-906.

Anggraini, R. R. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK PADA LOYALITAS KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN APLIKASI DANA DI BAKMI GM BINTARO X-CHANGE. *Jurnal Semarak*, 3(3), 50-65.

Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1). 109-119.

- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Pengguna E-Commerce X di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 592-610.
- Handaruwati, I. (2021). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KULINER LOKAL SOTO MBOK GEGER PEDAN KLATEN. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 16-33.
- Himawati, D. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424-436.
- Indrawati, R., Anwar, S., & Kartono, R. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Payment OVO di Samarinda. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(1), 1-16.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63-69.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 241-266.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Ramadhan, D. (2019). ANALISIS PERILAKU ADOPSI TEKNOLOGI *MOBILE WALLET* MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY3 (UTAUT3)*(Survei

Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 3(2), 699-711.

Salim, K. F., Catherine, C., & Andreani, F. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(1), 322-340.

Saputra, S. A., Rosiyadi, D., Gata, W., & Husain, S. M. (2019). Analisis Sentimen E-Wallet Pada Google Play Menggunakan Algoritma Naive Bayes Berbasis Particle Swarm Optimization. *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi) Vol, 3*, 377-382.

Sari, T. N., Mulyati, S., & Umiyati, I. (2019). *THE EFFECT OF TRUST, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED OF USEFULNESS ON INTENTION TO USE IN TRANSACTION USING BRANCHLESS BANKING SERVICES (BTPN Wow)*. *JBFI (Journal of Banking and Financial Innovation)*, 1(01). 17-27.

Selvanathan, M., Tan, P. J., Bow, T. F., & Supramaniam, M. (2016). *The impact of cost, customer experience, ease of use, and trust towards adoption of online banking*. *International Business Research*, 9(11), 235-241.

Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, 17(3). 238-252.

Suhaeni, T. (2019). Analisis Hambatan Fungsional Terhadap Adopsi Layanan Mobile Payment. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5(3), 36-45.

Tamadesha, A. (2018). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY STARBUCKS BANDUNG. *JOURNAL OF ACCOUNTING AND BUSINESS STUDIES*, 3(1). 18-27.

Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3). 1-9.

Zuhro, N. C., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN ULANG E-MONEY (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM MALANG PENGGUNA APLIKASI OVO). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 284-293.

Skripsi:

Amelia, F. R. (2017). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Pada Bank BNI di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).

Ayuningrum, S., & Idris, I. (2016). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN SEBELUMNYA, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI DALAM TRANSAKSI BELANJA ONLINE (Studi Pada Pembelian Produk Fashion di Area Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Hafiz, M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap niat Penggunaan Mobile commerce (Survey Pada Pelaku Usaha Di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kab. Bandung Barat) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Mandasari, N. (2020). PENGARUH BRAND TRUST, KUALITAS PRODUK DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAKULT (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Mutaqin, J. (2020). PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KECAMATAN CIMAHI SELATAN KOTA CIMAHI. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN – Indonesia Mandiri.

Permata, Ahmad Ubaidillah Addien Agung (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Ride Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Iain Kediri Angkatan Tahun 2015). Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri.

Ritonga, Erik Franata. 2019. PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED RISK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS USU. Skripsi thesis, Universitas Sumatera Utara.

Website:

Annur, C. M. (2021). Kebutuhan Pembayaran Digital Jadi Faktor Utama Masyarakat RI Pakai E-Wallet. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/14/kebutuhan-pembayaran-digital-jadi-faktor-utama-masyarakat-ri-pakai-e-wallet> (diakses 4 Desember 2021, pukul 01:12).

[https://id.wikipedia.org/wiki/Dana_\(pembayaran\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Dana_(pembayaran)) (diakses 5 Desember 2021, pukul 15.44)

<https://play.google.com/store/apps/details?id=id.dana&hl=in&gl=US&showAllReviews=true> (diakses 9 Desember 2021, pukul 11.10).

<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx> (diakses 3 Desember 2021, pukul 22:37).

<https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx> (diakses 3 Desember 2021, pukul 00:56).

<https://www.dana.id/about> (diakses 13 Desember 2021, pukul 19:23).

Jayani, D. H. (2019). Inilah Daftar Dompok Digital Terbesar di Indonesia. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompok-digital-terbesar-di-indonesia> (diakses 4 Desember 2021, pukul 03:18).

Yesidora, A. (2022). Profil DANA, Dompok Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas. Diambil dari: <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/623835fd7de77/profil-dana-dompok-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas> (diakses 7 Juni 2022, pukul 22:55).