

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, Cut Nurul. 2021. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology (fintech)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Adam, Muhammad. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Apriyani, Nur. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Yogyakarta.
- Apriliyani, Dewi. 2022. Pengaruh Strategi Pemasaran Hijau Dan Negara Asal Terhadap Preferensi Merek. Universitas Darma Persada. Jakarta.
- Arlyana Rachim, Nur Zhazha. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-wallet OVO dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi pada Masyarakat Kota Makassar. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.
- Astrina, I Gusti Ayu dan I Gusti Ketut Giantari, dkk.2017. Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakankembali Jasa GOJEK Di Kota Denpasar. Universitas Udayana. Bali
- Ayu Mila, Ni Made; Mahyuni, Luh Putu. 2021. Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar. Denpasar: Universitas Udayana.
- Ayu, Sandra & Lahmi, Ahmad. (2020). Jurnal Kajian Manajemen Bisnis: Peran e- *commerce* terhadap perekonomian Indonesia selama pandemic Covid-19. Universitas Islam Negeri Imam Bonjol. Padang.
- Aziz, Abdul. 2018. Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.
- Brahanta, Gama Putra. 2021. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePAY Di Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional (Veteran). Surabaya.

- Dewi, Fianti Krisna. Ariyanti, Maya. 2020. Perbandingan *User Experience* Aplikasi Digital Wallet Pengguna Gopay, OVO, DANA, Dan Link Aja. Pada Mahasiswa Bandung. Jurnal. Fakutlas ekonomi dan bisnis. Universitas Telkom. Bandung.
- Erawati, Irma dan Muhammad Darwis. 2017. Efektivitas Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Palangga Kabupaten Gowa. Unuversitas Negeri Makassar. Makassar.
- Estri Mahani, S.A. 2019. Profil Digital Payment di Indonesia (Peluang dan Resiko). Universitas Islam Bandung.
- Fahmi, Irham. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta.
- Genady, Dien Ilham. 2018. Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat DKI Jakarta. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Gesi, Burhanudin dan Rahmat Laan. 2019. Jurnal Manajemen dan Eksekutif. Universitas Muhammadiyah Kupang. Kalimantan.
- George R. Terry dalam Affifudin. 2013. *Principles of Management*. 5th Edition. Indonesia: Pearson.
- Hartzani, Al Gifari. 2021. Evaluasi *User Experience* Pada Dompert Digital OVO Menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Haryani, Dwi Septi. 2019. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjung Pinang. STIE Pembangunan. Tanjung Pinang.
- Inayah, Romadhotul. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Masyarakat. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri. Purwokerto.
- Irmadhani dan Adi Mahendra. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Computer self efficacy Terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

- Kurniawan, Taufan Adi dan Dewi Kusuma. 2019. Pengaruh Kebermitraan Layanan *Peer to Peer Lending* Kepada UMKM Sebagai Penggunaan, Dengan Menggunakan Metode TAM. Universitas Sarjana Wiyata Taman Siswa. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip – prinsip Pemasaran. Dialih Bahasakan oleh Bob Sabran. MM Edisi 12 Jilid 1 hal. 27. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Dialih bahasakan oleh Benjamin Mulan. Jakarta. PT Indeks.
- Listyana, Rohmaul dan Yudi Hartono. 2015. Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan. IKIP PGRI. Madiun.
- Nasir, F. 2021. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO. Jurnal Investasi, 7(1), 36–43.
- Paramihta, Ayu Nila. 2022. Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-wallet di Kota Denpasar. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Udayana. Denpasar.
- Prakosa, Adhi. Jati Wintaka, Dimas. 2020. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Purba, M., Samsir, & 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, XII(1), 151–170. rof. Dr. Sofjan Assauri, MBA. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT rajaGrafindo Persada.
- Putri Kinanthi, Atika. 2015. Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Risiko Yang Dimiliki Terhadap Minat Beli Produk Tongsis “Tongkat Narsis” Di Pameran Gadget Jogja Expo Cent Er (Jec). Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

- Rahayu Rurie Widya. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GOPAY. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- 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. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Rizqiah, Emiilda. 2017. Manajemen Risiko *Supply Chain* Dengan Mempertimbangkan Kepentingan *Stakeholder* Pada Industri Gula. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Saifulloh, Akhmad Ilham. 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Flashsale* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Sandy, Eko. 2020. *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-Pay Di Kota Jakarta*. Universitas Tarumanegara. Jakarta.
- Setiawan, Andi dan Rofingatun dkk. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. Universitas Cenderawasih. Jayapura.
- Silaen, Elsa, dan Prabawanan. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sinambow, Sandy dan Irvan Trang. 2015. Pengaruh Harga Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer *Game Zone* Mega Mall Manado. Universitas Sam Ratulangi. Manado
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research an Development)*. Bandung: Alfabeta.
- Tarantang, Jefry. Awwaliyah Annisa. dkk. (2019). *Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri. Palangkaraya.

- Tiefani, Dan Saputra Asron. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada PT Anugrah Avava Cemerlang Batam. Universitas Putera Batam. Batam
- Tjiptono F, & Chandra G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction* (3ed.Yogyakarta: Andi Publisher.
- Triwidyastika, Ardinia. 2012. Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online Dan Implikasinya Pada Minat Belanja *Online* Di D'shetwo Boutique. Jurnal. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ulyesyeria, Martha. 2017. Persepsi Manfaat, Resiko, Tampilan Iklan, Dan Tingkat Keyakinan Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Online Shop*. Lampung: Universitas Lampung.
- Widodo, Selamat. 2018. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk. Universitas Pembangunan Panca Budi. Medan.
- Wildan, Muhammad. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Yasa, I W. Wedana Dan Sila Dharma, Dkk. 2013. Manajemen Risiko Operasional Dan Pemeliharaan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Regional Bangli Di Kabupaten Bangli. Universitas Udayana. Bali

Website:

- Ipsos. (2020). Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa BakarUang. <http://www.ipsos.com/en-id>. Dilansir 12 Oktober 2020.
- Dewi, Nur Shinta. (2020). Riset Dompot Digital: ShopeePay Paling SeringDigunakan.<http://www.digation.id/read/016773/risetdompot-digital-shopeepay-paling-sering-digunakan>. Dilansir 22 Juni 2020.

Devita, Vivin Dian. (2020). E-wallet lokal masih mendominasi Q2 2019 2020. Dilansir 24 Mei 2021. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>. Dilansir 25 Agustus 2021.

Naomi Adisti. <https://goodstast.id/penggunaan-dompet-digital-kian-tinggi-dan-paling-banyak-digunakan>. Dilansir 22 April 2021.

Nurina. <https://the-lowdownmomentum.asia/who-are-leading-digital-wallets-in-indonesia>. Dilansir 3 Agustus 2021.

Intan rakhmayanti. <https://www.cnbcindonesia.com/Peta-Kompetisi-Dompet-Digital-Indonesia-Siapa-Yang-Lebih-Unggul>. Dilansir 14 September 2021.

Bambang winarso. <https://dailysocial.id/5-aplikasi-e-money-di-indonesia-yang-paling-banyak-digunakan>. Dilansir 11 September 2019.

Restu Aji Susanto. <https://www.pricebook.co.id/4-E-wallet-terpopuler-di-Indonesia-kelebihan-dan-kekurangan>. Dilansir 3 Agustus 2021.

Restu Aji Siswanto. <https://www.pricebook.co.id/article/head2head/4-e-wallet-terpopuler-di-Indonesia-kelebihan-dan-kekurangannya>. Dilansir 27 Oktober 2020.

Sahistya Dhanesworo. <https://katadata.co.id/diniharyanti/infografik-dompet-digital-makin-dinikmati>. Dilansir 29 Oktober 2020.

Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/berkah-ditengah-pandemic-transaksi-e-commerce-naik-26-persen>. Dilansir 6 Juli 2020.

Tempo.co. <https://bisnis.tempo.co/e-commerce-dorong-gaya-hidup-pembayaran-digital>. Dilansir 20 November 2019.

<https://www.ovo.co.id>

OVO Apps. (2021). <https://play.google.com/>