

DAFTAR PUSTAKA

- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(02), 473–478.
- Ardhiansyah, H. D. (2017). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1).
- Azizi, M. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta*. IAIN SALATIGA.
- Bimaruci, H., Hudaya, A., & Ali, H. (2020). MODEL OF CONSUMER TRUST ON TRAVEL AGENT ONLINE: ANALYSIS OF PERCEIVED USEFULNESS AND SECURITY ON RE-PURCHASE INTERESTS (CASE STUDY TIKET.COM). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 110–124.
- Davis, F. D., Bagoz, R. P., & Paul, R. (2018). User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi risiko melakukan e-Commerce dengan kepercayaan konsumen dalam membeli produk fashion online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1).
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian-Stimik Handayani Denpasar*.
- Iisnawati, I., Nailis, W., & Yunita, D. (2021). Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen dalam Menggunakan E-Wallet Non Bank di Palembang. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(2), 18–30.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). *Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar*. Udayana University.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Leon G. Schiffman, Kanuk, L., & Hansen, H. (2012). CHAPTER 1 Consumer Behaviour: A European Outlook, 2nd Edition. In *Consumer Behaviour: A European Outlook, 2nd Edition*.
- Listyani, T. T. (2022). Identification of Obstacles in Using E-Wallet in Semarang. *Admisi dan Bisnis*, 22(3), 247–258.

- Mandilas, A., Karasavvoglou, A., Nikolaidis, M., & Tsourgiannis, L. (2013). Predicting Consumer's Perceptions in On-line Shopping. *Procedia Technology*. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.11.056>
- Mubiyantoro, A. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus di Bank Kota Malang). *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*.
- Mutia, C. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Databoks. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah Pengguna Internet di Indonesia \(2018-2022*\)&text=Pada Januari 2021%2C jumlah pengguna,meningkat dalam lima tahun terakhir](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022*)&text=Pada Januari 2021%2C jumlah pengguna,meningkat dalam lima tahun terakhir)
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205.
- Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). The roles of perceived risk and trust on e-payment adoption. *International econometric conference of Vietnam*, 926–940.
- Nugroho, B. A. F. (2016). Mekanisme Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai untuk E-Commerce di Indonesia Menggunakan E-Wallet. *Journal of Information System and Technology Management*.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Akuntabel*, 17(2), 277–288.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88.
- Qulub, A. S. (2019). *PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT*.
- 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.
- Sari, R. P. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya*. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Siregar, A. H. (2019). Pengaruh Trust Dan Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Di Era E-Commerce Pada Toko Cheire. *Jurnal Ilmiah Smart*, 3(1), 1–10.
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). *Analisis kepercayaan dan kepuasan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online (Studi pada konsumen "Z")*. Brawijaya University.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. In *Metodelogi Penelitian*. In

Metodelogi Penelitian.

- Widia, W. (2018). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga)*. IAIN SALATIGA.
- 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.

