

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, R., Lestari, F., & Pramono, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan ShopeePay di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*. Vol. 5, No. 2, hlm. 115-128.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2017). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?. *Georgetown Journal of International Law*. Vol. 47, No. 4, pp. 1271-1319.
- Bank Indonesia. (2023). Cetak Biru Sistem Pembayaran Indonesia 2025: Menavigasi Ekonomi Digital. *Jakarta: Bank Indonesia*.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques. 3rd Edition. New York: John Wiley & Sons*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 4th Edition. Thousand Oaks: SAGE Publications*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 5th Edition. Los Angeles: SAGE Publications*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 3, pp. 319-340.
- Fadilah, N., & Putra, R. (2023). Peran Kepercayaan dan Keamanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna E-Wallet di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital*. Vol. 7, No. 1, hlm. 45-59.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The Role of Familiarity and Trust. *Omega: International Journal of Management Science*. Vol. 28, No. 6, pp. 725-737.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*. Vol. 27, No. 1, pp. 51-90.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Kerlinger, F. N. (2006). *Asas-Asas Penelitian Perilaku. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition. Pearson Education Limited*.

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). E-Commerce 2020-2021: Business, Technology, Society. *16th Edition. Pearson.*
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*. Vol. 13, No. 3, pp. 334-359.
- Mubyl, M., Lestari, A., & Ramadhan, F. (2021). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 14, No. 2, hlm. 89-102.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Laporan Perkembangan Inovasi Keuangan Digital dan Fintech 2023. *Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.*
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3, pp. 101-134.
- Pratama, R., & Gunawan, A. (2023). Strategi Integrasi E-Commerce dan E-Wallet dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Muda. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*. Vol. 4, No. 1, hlm. 22-35.
- Pratama, R., & Hidayat, N. (2022). Analisis Pengaruh Keamanan dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pengguna Dompot Digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*. Vol. 8, No. 3, hlm. 142-155.
- Rachmawati, D., & Sari, P. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 16, No. 2, hlm. 78-91.
- Rosdiana, S., & Supardi, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Informasi*. Vol. 11, No. 1, hlm. 50-64.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian. *Buku 1, Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.*
- Social. (2024). Digital 2024: Indonesia Overview Report. *We Are Social & Meltwater.*
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2020). Technology Acceptance Model 3: Empirical Analysis of Ease of Use and System Experience. *Decision Sciences*. Vol. 39, No. 2, pp. 273-315.

Wijaya, A., & Hartono, B. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ekonomi Digital*. Vol. 6, No. 2, hlm. 101-114.