

DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, M., Mt, P., & Sukresna, M. (2021). Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel inervening(Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>, diakses pada tanggal 28--2-2-25
- Alfiana, C., Harmanto, S., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Promosi, Fitur, Hedonic Motivation, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 238–253. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2710>, diakses pada tanggal 19-07-2025
- Amrizal. (2006). Teori Ekonomi Mikro. In *STMT-Trisakti* (Issue 1). http://eprints.unpam.ac.id/8598/1/Modul_Utuh_TeoriI_Ekonomi_Mikro.pdf, diakses pada tanggal 18-o5-2025
- APJII, Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, diakses pada tanggal 10-02-2025
- Astuti, D. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Jurnal Mirai Management dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 414–430, diakses pada tanggal 16-02-2025
- Bahri, S., & Listiorini, L. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan dan Persepsi Kecepatan Terhadap Minat Wajib Pajak dalam Menggunakan E-Filing pada KPP Pratama Binjai. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(2), 159–170. <https://doi.org/10.30596/jrab.v19i2.4680>, diakses pada tanggal 08-08-2025
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 204. <https://doi.org/10.26740/bisma.v8n2.p204-217>, diakses pada tanggal 08-08-2025
- BI. (2018). *Peraturan Bank Indoensia Tentang Uang Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx>, diakses pada tanggal 10-02-2025
- Blessky, A. T., Nadiya, L., & Asmalidar. (2022). Analisis pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan ovo dan gopay. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022*, 3(1), 397–407. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/834>, diakses pada tanggal 19-07-2025

- BPS. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2020-2024*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--2023.html?year=2023>, diakses pada tanggal 10--2-2025
- Chusnah, C., Herawati, H., Sukatmadjaya, A., & Sunardi, S. (2025). Model Keputusan Menggunakan Aplikasi Ovo Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Promosi Cashback. *Kinerja*, 7(02), 332–340. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v7i02.4310>, diakses pada tanggal 14-07-2025
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>, diakses pada tanggal diakses pada tanggal diakses pada tanggal 10-06-2025
- Didied, N. M., Yunitasari, F., & Oktavina Diah Puspita. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo And Dana). *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 11(8), 191–201. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i8.2060>, diakses pada tanggal 19-07-2025
- Erwan, E. S., & Edi Setiawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822>, diakses pada tanggal 20-03-2025
- Fatamwati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9(1), 1–13. <https://media.neliti.com/media/publications/196942-ID-technology-acceptance-model-tam-untuk-me.pdf>, diakses pada tanggal 08-08-2025
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, diakses pada tanggal 02-06-2025
- Hakim, Rahman, S. (2023). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan e-wallet di Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(3), 677–697. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i3.4205>, diakses pada tanggal 11-08-2025
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85–92. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26225>, diakses pada tanggal 14-07-2025
- Katadata. (2022). *Dompot Digital Makin Diminati*, diakses pada tanggal 07-01-

2025

- Kotler, P., Scott, W. G., & Armstrong, G. (2009). *Principi di marketing*. 2–42, diakses pada tanggal 16-07-2025
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19–29. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2315>, diakses pada tanggal 11-02-2025
- Lazuardy, G. M., Muslikhati, M., & Millatina, A. N. (2025). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO. *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 5(1), 001–017. <https://doi.org/10.22219/jiedi.v5i1.39527>, diakses pada tanggal 14-07-2025
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463, diakses pada tanggal 08-08-2025
- Nasution, A. (2023). *Pengaruh Perepsi Kemudahan, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi E-Wallet OVO*, 17-08-2025
- Noer, F. (2021). *Pengaruh Minat, Kepercayaan Konsumen dan Potongngan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo di Cito Mall Surabaya*. http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:RIcUSomWcFEJ:scholar.google.com/+NOER+2020+OVO&hl=id&as_sdt=0,5, diakses pada tanggal 02-08-2025
- Novitasari, R., & Supriyanto, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 17(1), 28–36. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i1.33542>, diakses pada tanggal 18-07-2025
- Octaviana, P., & Yusuf, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money Ovo Di Karawang (Studi Pada Pengguna Ovo Di Karawang). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money Ovo Di Karawang (Studi Pada Pengguna Ovo Di Karawang)*, 15(1), 12–20, diakses pada tanggal 19-07-2025
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/we.22.2.2023.142-155>, diakses pada tanggal 19-07-2025

- Priskila, T. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Business Management Journal*, 14(2), 101–112. <https://doi.org/10.30813/bmj.v14i2.1471>, diakses pada tanggal 11-08-2025
- Ramalda, N., WIdarko, A., & Slamet, A. R. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet (DANA) di Kota Malang(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Malang). *EJRM:E-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 13(01), 2323–2334. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24830/18692>, diakses pada tanggal 19-07-2025
- Sapitri, M., & Maulina, A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital Ovo di Janji Jiwa Citywalk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 25–31, 19-07-2025
- Saputri. (2020). *Pengaruh Model Delond and Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Penggunaan Aplikasi OVO Di Surabaya*, diakses pada tanggal 15-06-2025
- Saragih, H. S., Soemitra, A., & Nurbaiti, N. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 639–649. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i3.2963>, diakses pada tanggal 20-02-2025
- Semarang, K. (2024). *Wilyah Kota Semarang Data per 31 Desember 2024*. <https://keccandisari.semarangkota.go.id/>, diakses pada tanggal 11-08-2025
- Siregar. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menggunakan Financial Teknologi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU Semester VIII T.A 2021/2022), 2(8.5.2017), 2003–2005, diakses pada tanggal 11-02-2025
- Sugiharti. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, citra merek, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Masyarakat DKI Jakarta)*. Repository STIE Indonesia. <http://repository.stei.ac.id/9040/>, diakses pada tanggal 13-05-2025
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 11-07-2025
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>, diakses pada tanggal 08-08-2025
- Visa, study C. P. A. (2023). *Budaya Cashless Marak di Indonesia Seiring Penggunaan Uang Tunai yang Terus Menurun*. <https://www.visa.co.id/about->

visa/newsroom/press-releases/nr-id-240319.html, diakses pada tanggal 07-01-2025

Weda, W. (n.d.). *Teori Perilaku Konsumen*. 2022. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=dian+2016+perilaku+konsumen&ots=-VKs6JG4IP&sig=3EirNt1wwKF6OwekZzp6L3ibRmg&redir_esc=y#v=onepage&q=dian+2016+perilaku+konsumen&f=false, diakses pada tanggal 04-02-2025

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Issue March). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>

Wildan, M., & Yulianti, N. W. (2021). Pengaruh Keputusan Keuangan, Strategi Diversifikasi, Efisiensi Operasional Dan Inovasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 16–29. <https://doi.org/10.37058/jak.v1i1.2929>, diakses pada tanggal 11-04-2025

