

REFERENCES

- Alamanda Putri, F., Samaria Nauli, T., Gusti Ayu Putu Meyrasinta, N., Luthfiah Nur Solihat, F., Naufal Agisya, M., Jayantika, H., Husna, S., Rianza Alfarizi, U., & Gede Nyoman Mindra Jaya, I. (2021). Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek. *Seminar Nasional Statistika X*. <http://prosiding.statistics.unpad.ac.id>
- Alsyukri, M. R. (2021). *Pengaruh FKemudahan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Selama Masa Pandemi COVID-19*. STIE Malangkucecwara.
- Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment Di Indonesia. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora*, 2(3), 10–25.
<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/306/212>
- Asih, P. S., Rawi, R. D. P., & Rahayu, A. (2021). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood KFC Di Kota Sorong (Studi Kasus Mega Mall Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 352.
<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11143>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311.
<https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Budyastuti, T. (2020). Factors That Influence the Intensity of the Use of Digital Payment (Case Study in OVO Users). *EPRA International Journal of*

Multidisciplinary Research (IJMR), 6(6), 89–99.

Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Massachusetts Institute of Technology.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.

Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.

Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.

Fishbein, M. (2008). Reasoned action, theory of. *The International Encyclopedia of Communication*.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.

Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., Purba, R. A., Tojiri, M. Y., Duwila, A. A., Siregar, M. N. H., Nainggolan, L. E., Marit, E. L., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.

Hair Jr, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110.

Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017a). Faktor--faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.

Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017b). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.

Herlindawati, D. (2015). Pengaruh kontrol diri, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 158–169.

Inzaghi, A., & Priyono, A. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Payment : Memperluas Model Meta-UTAUT dengan Faktor Personal Innovativeness , Anxiety , Trust , dan Grievance Redressal. 01(02), 186–205.

Janah, L. N., & Setyawan, S. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Penggunaan Dompot Digital Di Indonesia. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(7), 709–716.

Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, K., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management, 14th, Person

Education. *Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller*.

Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal*, 6(1).

Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://beritagar.id/artikel/sains->

Mody, I. (2018). Transformasi Alat Pembayaran Dan Pengaruhnya Terhadap Real Currency di Indonesia. *Universitas Lampung*.

Nisak, H., & Indarayani, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Digital Payment Di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 37–46. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/9112>

Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>

Pintubipar Saragih, S., & Nopriadi, N. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Actual Use Digital Payment System Pada Pelaku UMKM di Kota Batam. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 3(2), 63–67. <https://doi.org/10.30871/jaic.v3i2.1646>

Prameswari, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2),

126–139.

Puspita, Y. C. (2019). Analisis kesesuaian teknologi penggunaan digital payment pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2).

Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74.

<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>

Putri, A. N. S., & others. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta*.

Saraswati, M. D., & Wenagama, I. W. (2019). Analisis beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(8), 1824–1852.

Sari, Y. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Garment. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(1), 255160.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1*.

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*.

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
<https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>

Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23–44.

Thohiroh, A. Q., Yuwono, S., & Psi, S. (2015). *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Valentina, J. (2021). Analisis Faktor-Faktor Pendorong Minat Penggunaan Digital payment.

