

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Digital OVO pada Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 405-422.
- Adiyanti. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya). . *Jurnal Ilmiah*, 4-6.
- Adom, D., Hussein, E. K., & Agyem, J. A. (2018, January). Theoretical And Conceptual Framework: Mandatory Ingredients Of A Quality Research. *International Journal of Scientific Research* 7, 438-441.
- Arrasyid, W. (2021). Pengaruh AIDA terhadap Minat Beli Konsumen pada Iklan Instagram (Studi Kasus Produk Suvenir PT Holograil Maju Bersama). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-10.
- DANA. (2023, Juli 10). *Dana Home Page*. Retrieved from Dana Official Website: <https://www.dana.id/en>
- Databoks. (2022, Juli 29). *Frekuensi Belanja Online Masyarakat Indonesia*. Retrieved from Databoks.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/frekuensi-belanja-online-masyarakat-indonesia>
- Davis, G. B. (2019). *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar. Seri Manajemen Bagian I Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A*. Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo. .

- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2020). *Keamanan Data: Teori dan Implementasi*. New York: Google Scholar.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hasanah, N. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Beli Menggunakan Dompet Digital Ovo Pada Kalangan Mahasiswa Di Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Hasya, R. (2022, Agustus 7). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. Retrieved from GoodStart.id: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jagiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jayani. (2018). Factors Affecting Online Purchase Intention: Effects of Technology and Social Commerce. *International Business Research*, 111-128.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (14th edition)*. Shanghai: Shanghai People's Publishing House.
- Kusairi, S. (2021). The impact of educational tourism on economic growth: a panel data analysis. *Int. J. Business and Globalisation*, 172-180.

- Muhammad, N. (2023, Juni 20). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*.
- Nidhom, A. M. (2019). *Nidhom (2019*. Jakarta: Alhimedia Book.
- Pahlevi, R. (2022, Maret 3). *Transaksi Menggunakan Dompot Digital atau E-Wallet di E-Commerce (2020)*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/penggunaan-dompet-digital-di-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-antara-negara-asean>
- Priambodo, S. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Puspitasari, A. (2021). *Metode Penelitian*. Tangerang Selatan: Perpustakaan Digital Universitas Terbuka.
- Rahman, A. (2021). Analisis Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 154-163.
- Rai, I. N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment . *Jurnal Telkom University*.

- Rasyid, A. (2019). Legal Protection Of Electronic Money User In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 751-755.
- Revathi, M. K. (2016). *Consumer Behavior*. Dundigal: Institute of Aeronautical Engineering.
- Sekaran, U., & R. Bougie. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th Edition*. West Sussex: Wiley & Son.
- Sethna, Z. (2019). *Consumer Behaviour* . London: Sage Publishing .
- Shomad, A. C. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku E- Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* .
- Solvaroyani, A. S. (2021). Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Store Atmosphere, Lokasi, Dan Word Of Mouth (Studi Kasus Pada Tas Butik Solo) (Consumer Purchase Interest Assessed From The Atmosphere Store, Location, And Word Of Mouth Case Study On Solo Boutique). *Jurnal Ekbis*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Campuran*. Jakarta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surapati, U. (2020). Relationship Between Consumer Behaviour, Discount and Purchase Decisions. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJ)*, 198-199.
- Suryadharma, & Budyastuti. (2019). *Sistem Informasi Manajemen*. Surabaya: Uwais Inspirasi Indonesia.

Zakaria, R. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Helm Nhk Masyarakat Kecamatan Ulok Kupai. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*.