

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). *Pengaruh pengetahuan produk, persepsi resiko dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan Go Pay pada pelanggan Go Jek*. *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Aisah, S., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2022). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee Paylater (studi kasus mahasiswa FEB UNISMA)*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(13).
- Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2024). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS)*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pengguna produk*. Sumatera Utara: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep dan strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K. (2021). *The effect of digital marketing on purchasing decisions: A case study in Jordan*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455–463.
- Badrudin. (2017). *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Bisnis.com. (2024). *DANA capai 180 juta pengguna dan catat transaksi harian tinggi*. <https://www.bisnis.com>
- Bisnis.com. (2024). *PPATK ungkap transaksi judi online tertinggi melalui DANA tahun 2024*. <https://www.bisnis.com>
- Budianto, A. (2015). *Manajemen pemasaran (Edisi revisi)*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Davis, F. D., & Davis, F. (2017). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Effendi, U. (2019). *Asas manajemen*. Depok: Rajawali Pers.
- Eka, I. G. N. A. G., Kusuma, T., & Wijana, M. D. (2025). *Persepsi risiko dan skala pengukurannya*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.

- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional
- Handoko, T. H. (2017). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, H. M. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., Ariyantiningasih, F., & Ciptasari, A. D. W. (2025). *Pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater melalui financial technology pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1471–1489.
- Indotelko. (2024). *Pangsa pasar transaksi E-wallet di Indonesia 2024*. <https://www.indotelko.com>
- Jakpat. (2024). *Survei tren pembayaran digital Indonesia 2024*. <https://www.jakpat.net>
- Jogiyanto, H. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Jubelio. (2024). *Platform dompet digital paling populer di Indonesia*. <https://www.jubelio.com>
- Katadata. (2024). *Sebaran kepemilikan dompet digital rumah tangga Indonesia 2024*. <https://katadata.co.id>
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan E-wallet pada mahasiswa di Kota Jambi*. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(4), 82–99.
- Kompas.com. (2024). *Kasus penipuan customer service palsu E-wallet DANA*. <https://www.kompas.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Lăzăroiu, G., Neguriță, O., Grecu, I., Grecu, G., & Mitran, P. C. (2020). *Consumers' decision-making process on social commerce platforms: Online trust*,

perceived risk, and purchase intentions. *Frontiers in Psychology*, 11, 890. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00890>

- Leong, L. Y., Hew, T. S., Ooi, K. B., & Chong, A. Y. L. (2020). *Predicting the antecedents of trust in social commerce—A hybrid structural equation modeling with neural network approach*. *Journal of Business Research*, 110, 24–40. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.056>
- LinkAja. (2024). *Data pengguna terdaftar E-wallet LinkAja 2024*. <https://www.linkaja.id>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Masoud, E. Y. (2018). *The effect of perceived risk on online shopping in Jordan*. *European Journal of Business and Management*, 5(6), 76–87.
- Media Indonesia. (2024). *93 persen responden gunakan dompet digital sebagai metode utama*. <https://www.mediaindonesia.com>
- Mujahida, S. (2018). *Pengantar manajemen: Introduction to management (Vol. 1)*. Makassar: SAH Media.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa*. *Ikraith-Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2022). *The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey*. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823–843.
- Pramiarsih, E. E. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). *Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian secara online pada konsumen Shopee di Kota Bengkulu*. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 629–636. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2239>
- Rahmatsyah, D. (2017). *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk baru (Studi kasus: Uang elektronik kartu Flazz BCA)* (Tesis tidak dipublikasikan). Universitas Indonesia.
- Rahmawati, A., & Murtanto. (2023). *Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa akuntansi*. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>

- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan E-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng*. ECONBANK: Journal of Economics and Banking, 2(2), 157–168.
- Raprayogha, R., Sutaguna, I. N. T., Radiansyah, A., Sekarningtyas, H., Sampe, F., Firdaus, R., & Almahdali, F. (2022). *Pengantar ilmu manajemen*. Serang: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Shinta, A. (2019). *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sinaga, R. P. dan Hutapea, J. Y. 2022. *Analisis Pengaruh Brand Image, harga, dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare wardah Pada Mahasiswa UNAI*. INTELEKTIVA No 3 No 8. E-Issn: 2686-5661.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku konsumen: Strategi dan teori*. Medan: Iocs Publisher.
- Siregar, S. (2020). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siswanto. (2019). *Manajemen tenaga kerja Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Solihin, I. (2019). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, A. M., & Umam, M. Q. C. (2023). *Pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan E-wallet (Studi pada pengguna E-wallet di Kota Surakarta)* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Suparyanto, R. W., & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Suryani, T. (2018). *Perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna, T. (2022). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Umar, H. (2019). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama
- Vietha, D. S. S., & Wardani Putri, Y. K. (2022). *Purchase decision: Do the Paylater ease and consumer satisfaction affect it? (Case study on Shopee Paylater and Gojek Paylater)*. SIJDEB, 6(2), 147–164

- Wai, K., Dastane, D. O., Johari, Z., & Ismail, N. B. (2019). *Perceived risk factors affecting consumers' online shopping behaviour*. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 6(4), 246–260. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no4.246>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wu, I. L., Chiu, M. L., & Chen, K. W. (2020). *Defining the determinants of online impulse buying through a shopping process of integrating perceived risk, expectation-confirmation model, and flow theory issues*. International Journal of Information Management, 52, 102099. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102099>
- Yudiarti, R. F. E., & Puspaningrum, A. (2018). *The role of trust as a mediation between the effect of perceived usefulness and perceived ease of use to interest to buy e-book*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 16(3), 494–502