

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36014>
- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Anthony, L., & Sama, H. (2021). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior. *Journal Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 678–686.
- APJJI. (2020). *Laporan Survei Internet APJJI 2019 - 2020 [Q2]*. <https://apjji.or.id/survei>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Volume*, 15, 1–13.
- Ardyanto, Heru Susilo, R. (2016). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 22(1), 85897.
- Aryani, L. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online di Online Shop Lazada. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 39–52.
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6, 54–61.
- 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>
- BPS. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Retrieved July 15, 2021 from <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>

- Chanchai, P. (2015). *User Intentions to Adopt Mobile Payment Services: A Study of Early Adopters*.
- Christopher Dougherty. (2002). *Introduction To Econometrics Third Edition*.
- Databoks. (2019). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019*. Retrieved March 17, 2021 from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Databoks. (2020). *10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020*. Retrieved March 17, 2021 from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020#>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, *MIS Quarterly*, 13/3: 319-339.
- Etta Mamang Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi
- Giovani Santoso, Anna T. (2020). View of Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia. *Lokadata.Id*, 11(3),231–242. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jikk/article/view/21348/15857>
- Gokhan & Sebnem. (2016). *Adoption Mobile Payment System, A Study on Mobile Wallets. Business, Economics, and Finance*. https://www.researchgate.net/publication/299407937_Adoption_of_mobile_payment_systems_a_study_on_mobile_wallets
- Išoraitė, M., & Miniutienė, N. (2018). Electronic Commerce: Theory and Practice. *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)*, 2(2), 73. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i2.78>
- Jalil, E. E. A. (2019). Customer Satisfaction and Reverse Logistics in E-Commerce : the Case of Klang Valley. *Journal International Conference on Operations and Supply Chain Management*, 9, 1–9.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Andi.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas

- Pringsewu. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15(2), 109.
<https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Katadata.co.id. (2020). *Transaksi ShopeePay Lampau GoPay dan OVO Sejak Juni*. Retrieved March 17, 2021 from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5fcdee328186c/riset-snapcart-transaksi-shopeepay-lampau-gopay-dan-ovo-sejak-juni>
- Khotimah, K., & Febriansyah. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen Online Shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Manajemen* (Person Education (ed.)).
- Kurnia, M. R., Djumali, & Istiqomah. (2016). Pengaruh merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian peralatan olahraga tenis meja oke sport di kecamatan wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 33–42.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Kusumawati, I., Sri Hartono, & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo di Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat
- Nabila, L. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Dompot Digital dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). ... *Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Oktafani, D., & Sisilia, K. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus Pada Generasi Z Sebagai Pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, VI(1), 24–36.
- Paula Dewanti, R. E. I. (2018). The Effect Of XYZ Generation Characteristics To

- E-commerce C-to-c: A Review. *Jurnal Ikraith-Informatika*, 2, 1–5.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu di PT. Piji di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(April).
- Philip & Kotler. (2016). *A Framework for Marketing Management*.
- Rachman Andi, R., Beny, & Fernando, E. (2017). Perancangan E-Commerce Berbasis Website Pada Toko Dunia Palembang. *Jurnal Ilmiah Processor*, 12(2), 1102–1117.
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Perancangan ECommerce Berbasis Website ada oko Mirabella Batik Jambi Andi&btnG](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Perancangan+ECommerce+Berbasis+Website+ada+oko+Mirabella+Batik+Jambi+Andi&btnG)
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 06.
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111–128.
- Rizkia Yulikasari, H. P. (2016). *Economic Education Analysis Journal*. 2(1), 18–23.
- Rugaya, S. (2016). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza pada PT. Hadji kalla cabang urip sumoharjo di kota makassar. *Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM*.
<http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 291–297.
- Selvira, A. P., Nur, A., Semule, H., Fitri, R. F., & Partamo, V. S. (2020). Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Blanja.com. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Informasi*, 02(03), 26–33.
- Septiana, A. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*. Jawa Timur : Data Media Center
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan

- Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Sikri, A., Dalal, S., Singh, N. P., & Le, D. (2019). Mapping Of E-Wallets With Features. *Cyber Security in Parallel and Distributed Computing*, May. <https://doi.org/10.1002/9781119488330.ch16>
- Sugiyono. (2017). *statistika untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, V(1), 9.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). *T Electronic commerce: A managerial and social networks perspective*
- V. Wiratna Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustakabarupress
- very Torganda Tampubolon, B. P. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Terhadap Penggunaan Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang (Survey Pada Pengguna Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang). 3–4, 1–8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36014>
- Wahyuni, N. D. (2017). *Generasi Z Diprediksi Jadi Generasi Konsumtif, Apa Alasannya?* (2017, September 29). <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3110014/generasi-z-diprediksi-jadi-generasi-konsumtif-apa-alasannya>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>