

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono., J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi.
- Ajzen, I. (1991a). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 179–211.
- Ajzen, I. (1991b). *The Theory of Planned Behavior*. 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior Englewood Cliffs*. Prentice-Hall.
- Ayudya, A. C., & Wibowo, A. (2018). The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1691>
- Chan, S. A. Van. (2019). *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Online Sebelumnya Terhadap Minat Pembelian Ulang Online Pelanggan Di Tokopedia*.
- Chotimatuz, N., Zuhro, Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money. *Jiagabi*, 10, 284–293.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 13, Issue 3).
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Esthiningrum A, & Sari Shinta P. (2020). *Pendekatan Theory Rasoned Action (Tra) Dan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Glanz, K., Rimer, B. k., & Viswanath, K. (2008). *Health Behavior and Health Education* (4th ed.).
- Gultom, S., Dalle, J., Restu, Baharuddin, Hairudinoar, & Gultom, S. (2020). The

influence of attitude and subjective norm on citizen's intention to use e-government services. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 9(5), 173–187. [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.M\(14\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.M(14))

Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.

Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika.

Iqbal, M. (2017). *Minat Untuk Menggunakan Go-Pay Pada Layanan Go-Ride*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Salemba Empat.

Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics. *Inovasi: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(2), 377–385.

Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, & Havard Hansen. (2012). *Consumer Behaviour*.

Mazaya Faridhal. (2019). *Analisis Transaksi Pembayaran NonTunai Melalui E-Wallet: Perspektif dari Modifikasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*.

Meyer, & Schwager. (2007). Understanding costumer experience. *USA Harvard Business Review*, 1–12.

Muhammad, G. D., Trianasari, N., & Dharmoputra, S. (2022). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Belanja Online Lazada*.

Naufaldi I, & Tjokrosaputro M. (2020). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Percieved... Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use*.

Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>

Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2574. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>

Purwanto, E., Kontributor, M., Sofia Senastri Dahlan, K., Bachtiar, D., Mayori

- Septiani, K., Ridhwan, N., Augusta Susanto, D., Ramadhani Elyosha Marey, D., Deviny, J., & Yayasan Pendidikan, M. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. [www.philpublishing.com](http://www.philpublishing.com)
- Putu, N., Dewi, R. A., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2016). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online Di Kota Denpasar*. 5(1), 650–677. [Http://inet.detik.com](http://inet.detik.com)
- Rismalia, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *Sinomika Journal*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Robinnete, S., & C. Brand. (2008). *Emoticon marketing*. McGraw Hill.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Subagio, H., & Jessica, J. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, dan Customer Experience terhadap Intention to Use Mytelkomsel (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya)*.
- Tania, A., & Haryanti, D. S. (2020). *Subjective Norm, Attitudes, Trust, Terhadap Purchase Intentions Pada Buah Dan Makanan Organik* (Vol. 12, Issue 2). [Http://jurnaltsm.id/index.php/mb](http://jurnaltsm.id/index.php/mb)
- Yuki Reza. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3, 31–48. <http://ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/234>
- Zuhro N, S. S. Z. D. At Al. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi Ovo). *Jiagabi*, 10, 284–293.