

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. (2021). Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (pp. 2–3). Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. [https://repository.ar-raniry.ac.id/28559/1/Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf) diakses pada 12 Januari 2024 pukul 12.23 WIB.
- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p1006-1012>
- Afra, F. (2023). *Rumus Varians: Pengertian, Jenis, Cara Menghitung, dan Contohnya*. Website Detik. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6952619/rumus-variens-pengertian-jenis-cara-menghitung-dan-contohnya/amp> diakses pada 28 Februari 2024 pukul 09.35 WIB.
- Akuntansi Universitas Binus. (2021a). *Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear*. Website Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/> diakses pada 25 Desember 2022 pukul 11.30 WIB.
- Akuntansi Universitas Binus. (2021b). *Memahami Uji T Dalam Regresi Linear*. Website Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/> diakses pada 3 Juli 2022 pukul 17.15 WIB.
- Amalia, R., & Rianto, S. (2022). Promosi Penjualan, E-Service Quality, dan Citra Merek Sebagai Upaya Meningkatkan Pengguna Dompot Digital OVO. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(2), 61–64. <https://doi.org/10.58436/jsitp.v3i2.1350>
- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera (Kajian Keagamaan, Keilmuan, Dan Teknologi)*, 13(1), 47–55. <https://core.ac.uk/download/pdf/231314272.pdf> diakses pada 24 Maret 2024 pukul 08.35 WIB.
- Andi, Siagian, H., & Efendi, N. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Manfaat, Keamanan, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mikroskil). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil (JWEM)*, 13(2), 155–167. <https://doi.org/10.55601/jwem.v%vi%i.1020>
- Apriliana, & Sukaris. (2022). Analisa Kualitas Layanan pada CV. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>

- Aprilyanti, V., & Putra, K. E. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital OVO pada Masa Pandemi COVID-19. *BISMA: Jurnal Manajemen*, 8(3), 546–554. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/44827> diakses pada 24 Mei 2023 pukul 20.14 WIB.
- Ardevol-Abreu, A. (2015). Framing Theory in Communication Research in Spain Origins, Development, and Current Situation. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70(23), 423–450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053en>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aznisa, M., & Meyla, D. N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan dan Sistem Informasi Akuntansi Penggunaan Financial Technology pada Aplikasi Dompot Digital (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Ekasakti). *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi (EPJA)*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.31933/epja.v1i2>
- Bank Indonesia. (2020a). *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. Website Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx> diakses pada 6 November 2020 pukul 13.16 WIB.
- Bank Indonesia. (2020b). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Website Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/QR-Code-Indonesian-Standard.aspx> diakses pada 3 Maret 2021 pukul 09.20 WIB.
- Bank Indonesia. (2023). *Tabel 5e Uang Elektronik*. Website Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/TABEL_5e.pdf diakses pada 8 April 2023 pukul 09.37 WIB.
- Biel, A. L. (1992). How Brand Image Drives Brand Equity. *Journal of Advertising Research*, 32(6), 6–12. https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:fT8mM9DsVz4J:scholar.google.com/+biel+1992&hl=id&as_sdt=0,5 diakses pada 14 Maret 2024 pukul 12.05 WIB.
- BPS Provinsi DIY. (2022). *Proyeksi Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa), 2020-2022*. Website BPS Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/2/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html> diakses pada 14 September 2022 pukul 12.15 WIB.

- Buana, D. R. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3), 217–226. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business* (Issue 10, pp. 295–336). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. https://www.researchgate.net/profile/Witold-Orlik/post/I_need_a_step_by_step_methodology_of_generalized_least_squares_estimation_in_structural_equation_modelling_as_popularly_seen_for_ML/attachment/59d620d379197b807797f44a/AS%3A292763124944898%401446811576464/download/1998+The+Partial+Least+Squares+Approach+to+SEM+chapter.pdf yang diakses pada 3 Maret 2024 pukul 10.19 WIB.
- Chutter, M. (2009). Overview of The Technology Accaptance Model: Origins, Developments, and Future Directions. *Sprouts: Working Papers on Information System*, 9(37), 1–20. http://www.researchgate.net/publication/277766395_Overview_of_the_Technology_Acceptance_Model_Origins_Developments_and_Future_Directions yang diakses pada 12 Maret 2024 pukul 10.28 WIB.
- CNN Indonesia. (2020). *Susul Gopay, DANA Jadi Mitra Penyalur Insentif Prakerja*. Website CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201014125903-78-558282/susul-gopay-dana-jadi-mitra-penyalar-insentif-prakerja> diakses pada 5 Februari 2021 pukul 11.15 WIB.
- Dianingsih, L. (2020). Strategi Marketing Dalam Usaha Meningkatkan Volume Transaksi Pelanggan Dengan Menggunakan Mobile Fintech Application OVO. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 1–5. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i2.7509>
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet LinkAja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2019). Analisis Aplikasi IJateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/26799>
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.2.01>

- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 8(1), 1–13. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/122/230>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: CV. Indoprint.
- Finaka, A. W. (2023). *Peserta Kartu Prakerja Kini Dapat Rp4,2 Juta*. Website Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/infografis/peserta-kartu-prakerja-kini-dapat-rp42-juta> diakses pada 25 Mei 2023 pukul 19.24 WIB.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk & Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf diakses pada 10 Januari 2024 pukul 14.10 WIB.
- Gazali, A., Karamoy, H., & Gamaliel, H. (2020). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, dan Arus Kas Operasi Terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL,"* 11(2), 83–96. <https://doi.org/10.35800/jjs.v11i2.30278>
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://id.scribd.com/document/644946068/Ghozali-Edisi-9-pdf> diakses pada 23 November 2023 pukul 06.59 WIB.
- 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* (A. Rikki (ed.); 1st ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis. <https://kitamenulis.id/2020/08/04/teknologi-finansial-sistem-finansial-berbasis-teknologi-di-era-digital/> diakses pada 12 September 2021 pukul 10.13 WIB.
- Gio. (2019). *Penjelasan Tentang Varians (Variance) & Simpang Baku (Standard Deviation)*. Website Youtube Video Gio's Class [13:45]. <https://youtu.be/OJ7-17OZJ-c?si=hFiK-EahTvsxaLQl> diakses pada 28 Februari 2024 pukul 14:06 WIB.
- Gitosudarmo, I. (2015). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Hafiz, M. P. Al. (2020). *Survei IPSOS in Indonesia: ShopeePay Paling Banyak Digunakan Sepanjang Oktober 2020*. Website Marketeers. <https://www.marketeers.com/survei-ipsos-in-indonesia-shopeepay-paling-banyak-digunakan-sepanjang-oktober-2020/> diakses pada 2 Januari 2021 pukul 12.11 WIB.

- Hall, J. A. (2008). *Accounting Information System* (J. W. Calhoun (ed.); 6th ed.). Mason: Rob Dewey.
- Handriyani, P. E., & Astawa, I. G. P. B. (2022). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pemahaman Aturan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kabupaten Buleleng. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi (VJRA)*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i01.50572>
- Hasan, M. I. (2008). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)* (2nd ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hee, O. C. (2014). Validity and Reliability of The Customer-Oriented Behaviour Scale in The Health Tourism Hospitals in Malaysia. *International Journal of Caring Science*, 7(3), 771–775. https://www.researchgate.net/publication/331089786_Validity_and_Reliability_of_the_Customer-Oriented_Behaviour_Scale_in_the_Health_Tourism_Hospitals_in_Malaysia diakses pada 2 Januari 2024 pukul 06.23 WIB.
- Henry. (2020). *Pembayaran Digital Makin Diminati, Transaksi ShopeePay Naik 5 Kali Lipat*. Website Liputan 6. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4339638/pembayaran-digital-makin-diminati-transaksi-shopeepay-naik-5-kali-lipat> diakses pada 8 November 2020 pukul 09.12 WIB.
- Herdioko, J., & Damayanti, N. K. D. (2023). Analisis Motivasi Penggunaan Dompot Digital OVO pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal MODUS*, 35(1), 133–153. <https://doi.org/10.24002/modus.v35i1.6915>
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian* (I. Ismail (ed.)). Makassar: Gunadarma Ilmu. https://repositori.uin-alauddin.ac.id/12366/1/BUKU_METODOLOGI.pdf diakses pada 15 Februari 2024 pukul 14.33 WIB.
- Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi DANA. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 8(1), 16–21. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.4963>
- IPSOS. (2020). *IPSOS Press Release Indonesian*. Website IPSOS. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_-_press_release_-_indonesian.pdf diakses pada 20 Januari 2021 pada pukul 18.31 WIB.
- IPSOS. (2021). *Our History*. Website IPSOS. <http://www.ipsos.com/en/our-history> diakses pada 21 Maret 2022 pukul 11.33 WIB.

- Jannah, S. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pengguna E-Wallet pada Mahasiswa UIN KHAS Jember Angkatan 2019-2022)*. [Skripsi Universitas Islam Negeri Kian Haji Achmad Siddiq Jember]. http://digilib.uinkhas.ac.id/24852/1/Sahrotul_Jannah_E20192099.PDF diakses pada 3 Maret 2024 pukul 14.20 WIB.
- Jogiyanto. (2009). *Sistem Teknologi Informasi (Pendekatan Terintegrasi: Konsep Dasar, Teknologi Aplikasi, Pengembangan, dan Pengelolaan)* (3rd ed.). Yogyakarta: ANDI Offset.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif - Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2023). *Pemerintah Putuskan Indonesia Masuki Masa Endemi*. Website Sekretariat Negara. https://setneg.go.id/baca/index/pemerintah_putuskan_indonesia_masuki_masa_endemi diakses pada 30 Juni 2023 pukul 15.32 WIB.
- Kencana, M. R. B. (2020). *Cegah Penyebaran Corona, BI Ajak Masyarakat Gunakan Transaksi Nontunai*. Website Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4210351/cegah-penyebaran-corona-bi-ajak-masyarakat-gunakan-transaksi-nontunai> diakses pada 8 November 2020 pukul 09.15 WIB.
- Kolifah, S., Maduwinarti, A., & Nasution, U. (2020). Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi OVO di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–8. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/4061/3034> diakses pada 24 Mei 2023 pada pukul 11.34 WIB.
- Komite Cipta Kerja. (2020). *GoPay menjadi Mitra Resmi Pembayaran Kartu Prakerja*. Website Prakerja (Cipta Kerja). <https://www.prakerja.go.id/press-release/gopay-menjadi-mitra-resmi-pembayaran-kartu-prakerja> diakses pada 3 Februari 2021 pukul 08.13 WIB.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kountur, R. (2009). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Thesis*. Jakarta: PPM.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah. *AKUNTOTEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.370>

- Kurniawan, F., Amanati, H. T., Pusparini, N. O., & Mukti, M. (2021). Manajemen Laba dan Perilaku Investasi: Apakah Framing Effect Diperhitungkan?. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(9), 2156–2168. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i09.p01>
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Implusif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen UNSERA*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2015). *Practical Research Planning and Design* (7th ed.). England: Pearson Education Limited. [https://pcefet.com/common/library/books/51/2590_%5BPaul_D._Leedy,_Jeanne_Ellis_Ormrod%5D_Practical_Res\(b-ok.org\).pdf](https://pcefet.com/common/library/books/51/2590_%5BPaul_D._Leedy,_Jeanne_Ellis_Ormrod%5D_Practical_Res(b-ok.org).pdf) diakses pada 15 Februari 2024 pukul 14.10 WIB.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lestari, T. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa*. [Skripsi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa]. <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/537>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.)). Yogyakarta: Penerbit Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344> diakses pada 15 Januari 2024 pukul 21.30 WIB.
- Maida, S. T. (2019). Pengaruh E-Money Terhadap Budaya Belanja Individu. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 1(2), 180–189. <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/vis/article/view/322/246> diakses pada 20 Maret 2021 pukul 11.12 WIB.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E- Money (Studi Kasus pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1(1), 1–17. https://core.ac.uk/display/162164902?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1 diakses pada 23 Juli 2021 pukul 12.13 WIB.
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Mariska, Z. H., & Shihab, M. S. (2016). Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap Behaviour Intention (Studi Kasus pada Hotel Aston Kuningan Suites-Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Brawijaya*, 14(2), 217–234. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i2.4004>

- Marthauli, Mirati, R. E., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BCA Mobile di Wilayah Jabodetabek. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Perbankan*, 8(1), 1463–1471. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>
- Meiryani. (2021a). *Memahami Autokorelasi dalam Model Regresi*. Website Binus University. [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-autokorelasi-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji autokorelasi bertujuan untuk menunjukkan,t-1 \(sebelumnya\) diakses pada tanggal 9 Mei 2022 pukul 20.19 WIB.](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-autokorelasi-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji autokorelasi bertujuan untuk menunjukkan,t-1 (sebelumnya) diakses pada tanggal 9 Mei 2022 pukul 20.19 WIB.)
- Meiryani. (2021b). *Memahami Uji Heteroskedastisitas dalam Model Regresi*. Website Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-heteroskedastisitas-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui,satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya diakses pada tanggal 9 Mei 2022 pukul 18.45 WIB.>
- Meiryani. (2021c). *Memahami Uji Multikolinearitas dalam Model Regresi*. Website Binus University. [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji Multikolonearitas bertujuan untuk menguji,variance inflation factor \(VIF\) diakses pada tanggal 9 Mei 2022 pukul 18.20 WIB.](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji Multikolonearitas bertujuan untuk menguji,variance inflation factor (VIF) diakses pada tanggal 9 Mei 2022 pukul 18.20 WIB.)
- Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F. (2020). Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *INOVBIZ : Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 8(2), 143–150. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Riset Terapan: Bidang Pendidikan dan Teknik* (A. Nuryanto (ed.); 1st ed.). Yogyakarta: UNY Press. <https://staffnew.uny.ac.id/upload/132296045/lainlain/buku-riset-terapan-apri.pdf> diakses pada 22 September 2023 pukul 10.30 WIB.
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. Website Binus University. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/> diakses 2 Januari 2024 pukul 08.21 WIB.
- Mustapa, F. Dela, Widianingrum, H., Astika, N. A., Raihana, S. A., Deaprila, Z. Z., & Murti, G. T. (2022). Aset Tidak Berwujud Berdasarkan PSAK 19 dan IAS 38. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(8), 2331–2338. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/583> diakses pada 8 Juni 2024 pukul 10.07 WIB.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55. <https://e-jurnal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/16> diakses pada 2 Januari 2024 pukul 07.24 WIB.

- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Nidya, I. R. (2020). *Transaksi Nontunai Bantu Jaga Diri Tetap Sehat saat Pandemi Covid-19, Kok Bisa?* Website Kompas. <https://amp.kompas.com/money/read/2020/06/29/190000726/transaksi-nontunai-bantu-jaga-diri-tetap-sehat-saat-pandemi-covid-19-kok-bisa-> diakses 8 November 2020 pukul 10.17 WIB.
- Ninggar, A. D., & Anggraini, I. K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Konsumsi E-Wallet Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Aktif Program Sarjana di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.498>
- Ningtyo, I. R. (2019). *Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO (Studi Kasus Pengunjung Booth OVO Food Court Tunjungan Plaza 2 Surabaya)*. [Skripsi STIE Mahardhika]. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/id/eprint/1536> diakses pada 11 Februari 2023 pukul 12.14 WIB.
- Nisa, D. D., Ariyani, T. S., & Oktaviani, K. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 73–89. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/143>
- Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile. *Jurnal Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(2), 135–147. <https://doi.org/10.21776/ieff.2022.01.2.05>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nurrohyani, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12–25. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.3764>
- Panayides, P. (2013). Coefficient Alpha. *Europe's Journal of Psychology*, 9(4), 687–696. <https://doi.org/10.5964/ejop.v9i4.653>
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUEL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUEL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality diakses pada 2 Januari 2024 pukul 12.54 WIB.

- Pardede, A. R. F. (2019). Legalitas Pembayaran Menggunakan Uang Elektronik Asing Wechat Pay di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(3), 209–222. <https://doi.org/10.58258/jisip.v3i3.834>
- Poon, W.-C. (2008). Users' Adoption of The E-Banking Services: The Malaysian Perspective. *Jurnal of Business & Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Pratama, R. Y., & Abidin, F. I. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, dan Citra Merek E-Wallet Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Akuntansi. *Indonesian Journal of Innovations Studies*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.21070/IJINS.V20I.726>
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). Analisis Pengaruh Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus BRI Syariah Pusat). *Jurnal Visionida*, 6(2), 64–71. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3508>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Priskilia, & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay di Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 13–33. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i1.607>
- Purba, T. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian SmartPhone Blackberry (Studi Kasus di Wilayah Karawaci, Tangerang)*. [Skripsi Universitas Esa Unggul]. <https://digilib.esaunggul.ac.id/analisis-pengaruh-citra-merek-persepsi-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-smartphone-blackberry-studi-kasus-di-wilayah-karawaci-tangerang-8177.html> diakses pada 15 Maret 2024 pukul 11:34 WIB.
- Purnamasari, D. I. (2020). *Teori-Teori Akuntansi dan Skala Pengukuran*. Presentasi dalam Kelas Teori Akuntansi. Yogyakarta: Akuntansi UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putra, M. D. A., & Parmariza, Y. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan GoPay. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(2), 164–174. <https://doi.org/10.22441/jdm.v4i2.12951>

- Putri, K. (2023). *Positioning E-Wallet di Indonesia*. [Skripsi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya]. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/14838> diakses pada 14 Maret 2024 pukul 10.12 WIB.
- Rahardjo, T., & Farida, S. (2006). Analisis Atribut Brand Association (Asosiasi Merek) Telepon Seluler Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya). *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 6(1), 72–96. <http://journal.wima.ac.id/index.php/JWMA/article/view/503> diakses pada 12 November 2023 pukul 08.13 WIB.
- Ramadoni, W. (2020). Pengaruh Promosi OVO Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Pengguna OVO. *Jurnal Ecopreneur 12 Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.673>
- Rani, F. K. G., Lambey, L., & Pinatik, S. (2018). Pengaruh Integritas, Kompetensi, dan Profesionalisme Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Akuntansi pada PT. Bank Mandiri (PERSERO) TBK Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 13(3), 41–51. <https://doi.org/10.32400/gc.13.03.19942.2018>
- Renaldi, R., & Arnu, A. P. (2022). Peranan Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Gen Z Memilih Menggunakan OVO. *Journal of Economic, Management, Accounting, and Technology (JEMATech)*, 5(2), 131–145. <https://doi.org/10.32500/jematech.v5i2.1895>
- Rezeki, S., M, D. E. M., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(2), 9–20. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i2.71>
- Rospitadewi, E., & Efferin, S. (2017). Mental Accounting dan Ilusi Kebahagiaan: Memahami Pikiran dan Implikasinya Bagi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), 18–34. <https://doi.org/10.18202/jamal.2017.04.7037>
- Safitri, B. A. D., & Azizah, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Enjoyment Terhadap Repeat Usage E-Wallet GoPay Melalui Trust pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2), 183–202. <http://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/download/179/274> diakses pada 25 Juni 2023 pukul 17.00 WIB.
- Sandi, K. F. (2021). *Jadi Mitra Pemerintah Program Kartu Prakerja, OVO Salurkan Insentif Rp3,4 Triliun*. Website IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/market-news/jadi-mitra-pemerintah-program-kartu-prakerja-ovo-salurkan-insentif-rp34-triliun> diakses pada 5 Februari 2021 pukul 16.40 WIB.

- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–8. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/7087>
- Sari, R. C. (2018). *Akuntansi Keperilakuan (Teori dan Implikasi)* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI Offset UNY PRESS. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=z34SEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:zOWNscfpOc0J:scholar.google.com/&ots=wKvSWZO_y_&sig=3gmMgrG8kL5IJ5s8d6zxva2fu9U&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false e diakses pada 8 Juni 2024 pukul 11.52 WIB.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Buku 1* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Buku 2* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Septyanto, D., & Praudy, N. A. (2022). Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kemanfaatan Pengaruhnya pada Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi E-Wallet. *Jurnal Keislaman*, 5(2), 269–284. <https://doi.org/10.54298/jk.v5i1.3625>
- Setyadi, B. (2013). *Research Method Likert Scale Presentation* (pp. 1–18). Website Universitas Bina Darma Palembang. [https://eprints.binadarma.ac.id/6162/1/Metlit 08 Likert Scale.pdf](https://eprints.binadarma.ac.id/6162/1/Metlit%2008%20Likert%20Scale.pdf) diakses pada 25 Desember 2023 pukul 08.13 WIB.
- Shandy, K. F. (2020). *Transaksi Dompot Digital Melesat, Bikin Dompot Kulit Makin Tepos*. Website SindoNews. <https://ekbis.sindonews.com/newsread/219952/178/transaksi-dompot-digital-melesat-bikin-dompot-kulit-makin-tepos-1604491884> diakses pada 20 Januari 2022 pukul 19.23 WIB.
- Silvana, I., & Soegiri, H. (2021). Analisis Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tangkap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan Pasien yang Melakukan Pemeriksaan Laboratorium di Laboratorium RSUD Jaraga Sasameh Buntok. *Jurnal Kidai*, 17(2), 178–191. <https://doi.org/10.35972/kinda.v17i2.647>
- Suardi. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada PT BANK Mandiri, Tbk Kantor Cabang Pontianak. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 1(2), 9–18. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v1i2.124>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA. <https://digilib.stekom.ac.id/ebook/view/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-RND> diakses pada 15 Februari 2024 pukul 15.12 WIB.
- Suliyanto. (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal atau Skala Interval. *Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro, Semarang: 21 Mei 2011*, 51–60. <http://eprints.undip.ac.id/33805> diakses pada 12 Juli 2023 pukul 13.15 WIB.
- Supriyanto, M. (2019). Service Excellence, Dampak, dan Pengaruhnya Terhadap Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran, Dan Kesekretariatan*, 3(1), 16–22. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v3i1.462>
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif, Teori, dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (1st ed.). Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group. https://books.google.com/books/about/Metode_Riset_Kuantitatif_Teori_dan_Aplik.html?hl=id&id=YHA-DwAAQBAJ diakses pada 24 September 2023 pukul 06.40 WIB.
- Syafitri. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019). *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU) Kluster Ekonomi, Semarang: 28 Oktober 2020*, 4, 1008–1036. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/13097> diakses pada 12 Desember 2021 pukul 06.49 WIB.
- Taufik, M. I. (2020). *Pengaruh Imbalan Ekonomi, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Menggunakan Kembali Produk DANA di Surabaya*. [Skripsi STIE Perbanas Surabaya]. <http://eprints.perbanas.ac.id/6566> diakses pada tanggal 11 Februari 2023 pukul 12.04 WIB.
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3%3C183::AID-BDM318%3E3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3%3C183::AID-BDM318%3E3.0.CO;2-F)
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tristantin, V. V., & Suwandi, Y. T. (2013). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Beli Konsumen di Family Fun Karaoke Keluarga. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 419–429. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1002> diakses pada 16 Mei 2022 pukul 06.23 WIB.

- Triwibowo, E., & Jumiatur. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 4(1), 1–11. <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/akubis/article/view/97> diakses pada 8 Juni 2024 pukul 13.19 WIB.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi (JAE)*, 5(3), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Umar, Z. A. (2010). Analisis Daur Hidup (Product Life Cycle) Produk Ikan Tuna Olahhan (Suatu Penelitian di PT. Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal INOVASI*, 7(3), 1–8. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIN/article/view/774> diakses pada 15 Maret 2024 pukul 08.40 WIB.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A Model of The Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Sciences*, 27(3), 451–481. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1996.tb01822.x>
- Wahyuni, Y., & Yunensi, M. (2022). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Online Zalora Indonesia. *Jurnal MANISE: Manajemen, Bisnis, Dan Ekonomi*, 1(1), 45–57. <https://ejournal.utdi.ac.id/index.php/MANISE/article/download/591/178> diakses pada 23 Maret 2024 pukul 11.14 WIB.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2741>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (1st ed.). Malang: CV. Seribu Bintang. https://researchgate.net/publication/369378395_Teori_Dasar_Technology_Acceptance_Model diakses pada 8 Juni 2024 pukul 11.51 WIB.
- Widayat, E. W., & Kartikawati, S. (2021). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal, dan Pemasaran Langsung Terhadap Ekuitas Merek Indomaret (Studi Kasus Masyarakat Indomaret di Kota Bogor). *JURNAL GICI*, 13(2), 37–52. <https://doi.org/10.58890/jkb.v13i2.90>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–63. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wijayanti, N. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surakarta*. [Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta]. <http://eprints.iain.surakarta.ac.id/id/eprint/5921> diakses pada 20 Maret 2024 pukul 13.12 WIB.

- Wisang, A., Fitri, M., H, N., & Rahman, A. (2022). The Relationship Between Learning Motivation and Learning Achievement Learners at SMA Negeri 1 Nita. *Jurnal Riset Ilmu Pendidikan*, 2(4), 286–289. <https://doi.org/10.56495/jrip.v2i4.169>
- Wohon, S. C., Hatidja, D., & Nainggolan, N. (2017). Penentuan Model Regresi Terbaik Dengan Menggunakan Metode Stepwise (Studi Kasus: Impor Beras di Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Sains*, 17(2), 80–88. <https://doi.org/10.35799/jis.17.2.2017.16834>
- Wulansari, S., & Fadilla, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Awareness Terhadap Purchasing Decisions pada Pengguna Dompot Digital LinkAja. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 433–443. <https://doi.org/10.37531/yum.v4i2.931>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal NOMINAL: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Zahra, N., & Sanaji. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis pada Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p57-p67>
- Zebua, T. G. (2021). Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Implikasinya Dalam Kegiatan Belajar Matematika. *Range: Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 70–76. <https://jurnal.unimor.ac.id/JPM/article/view/1185/555>