

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Adiningsih, P. D. S., S. E. ., M. Sc. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Alfarizi, M., Hanum, R. K., Firmansyah, A. A., & Wusqo, U. (2023). Digital Banking Dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia: Eksplorasi Sosial-Ekonomi Dan Peran LPS Berbasis PLS-SEM. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2 Desember), Article 2 Desember. <https://doi.org/10.14421/jmes.2023.022-01>
- Amoako, G., Doe, J., & Dzogbenuku, R. K. (2021). Perceived firm ethicality and brand loyalty: The mediating role of corporate social responsibility and perceived green marketing. *Society and Business Review*. <https://doi.org/10.1108/SBR-05-2020-0076>
- Anifa, F., Anisa, A., Fadhila, N., & Prawira, I. F. A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i1.75>
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, *Perceived ease of use* dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Aryshia Putri, S., & Hadi, C. (2022). Pengaruh E-service Quality dan *E-trust* terhadap *E-satisfaction* pada Pengguna Grab-Food Dari Generasi Z. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 742–749. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.36560>
- Bardos, K., Ertugrul, M., & Gao, L. (2020). Corporate social responsibility, product market perception, and firm value. *Journal of Corporate Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101588>
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10–17. <https://doi.org/10.17509/jpp.v18i1.11064>
- Dwivedi, P., & Badge, J. (2021). Maslow Theory Revisited-Covid-19—Lockdown Impact on Consumer Behaviour. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*. <https://doi.org/10.17762/TURCOMAT.V12I2.2072>
- Evi, T. (2023). *Transformasi Transaksi Tunai Ke Digital Di Indonesia*. CV. AA. Rizky.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen UNMER*, 3(1), 75420. <https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.80>
- Geng, L., Cui, X., Nazir, R., & An, N. B. (2022). How do CSR and perceived ethics enhance corporate reputation and product innovativeness? *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 35, 5131–5149. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2023604>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Cetakan VIII). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gosal, G. B. R., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *11*(2).
- Gumulya, D. (2023). Identifikasi Faktor User Experience Dari Konsep Design For Happiness. *Jurnal Imagine*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.35886/imagine.v3i2.650>
- Hadisuwarno, A. E., & Bisma, R. (2020). Analisis penerimaan pengguna aplikasi e-Kinerja dengan metode TRAM dan EUCS pada kepolisian. *Teknologi: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.26594/teknologi.v10i2.2062>
- Hair, J. F., Ringle, X., M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2 Edition). California: Sage Publications Inc.
- Hijriani, H., Nur, M. N. A., Ali, A., Ali, A., & Siregar, W. A. (2023). Literasi Digital Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Nasabah Pengguna Electronic Wallet. *Sultra Research of Law*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.54297/surel.v5i2.59>
- Iswahyudi, M. S., Munizu, M., Mukhtar, A., Badruddin, S., Suryani, L., Kustanti, R., Dewi, L. P., Januaripin, M., Dewi, A. R., Munawar, A., & Kelana, R. P. (2023). *KEPEMIMPINAN ORGANISASI: Teori dan Praktik*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1), Article 1.
- Krouska, A., Troussas, C., & Sgouropoulou, C. (2023). Extended Technology Acceptance Models for Digital Learning: Review of External Factors. In A. Krouska, C. Troussas, & J. Caro (Eds.), *Novel & Intelligent Digital Systems: Proceedings of the 2nd International Conference (NiDS 2022)* (pp. 52–63). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17601-2_6
- Kurniawan, Y. J., S. Pd M. M., M.Si, D. H. S., S. E., M.M, D. N., S. E., MM, I. B. S., SE, Astakoni, M. PAR, D. I. M. P., Ak, D. L. H., S. E. , M. Si, M. Farm, A. J. T., S. Si, Psikolog, D. U. A., S. Psi , MM, ME, D. I. H. A., MP, & MM, E. S. A., S. Sos. (2023). *Digitalisasi Manajemen Keuangan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Lestari, D., & Nasution, M. I. P. (2023). Peranan Sistem Dan Teknologi Informasi Pada Proses Bisnis Informasi: (Keamanan Informasi Dalam Era Digital, Tantangan Dan Solusi Untuk Bisnis Organisasi). *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(12), Article 12. <https://doi.org/10.3785/kohesi.v1i12.1320>
- Lee, J.-Y., & Jin, C.-H. (2019). The Role of Ethical Marketing Issues in Consumer-Brand Relationship. *Sustainability*, 11. <https://doi.org/10.3390/su11236536>
- Madya, A. D., Haryanto, B. D., Ningsih, D. P., & Sinlae, F. (2023). Keefektifan Metode Proteksi Data dalam Mengatasi Ancaman Cybersecurity. *Indonesian Journal of Education And Computer Science*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.60076/indotech.v1i3.236>
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived ease of use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu. *Jesya*

- (*Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*), 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442>
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2), 200–209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Milfayani, S., Yuspita, A., & Aguspriyani, Y. (2024). Perkembangan Teknologi Informasi (Generalized Audit Software) Terhadap Hambatan dan Pendukung Proses Audit. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(1), Article 1.
- Mou, J., & Benyoucef, M. (2021). Consumer behavior in social commerce: Results from a meta-analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 167. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2021.120734>
- Mutiara, U., Candanni, L. R., & Hasibuan, R. (2019). Construction of Financial Technology in Banking Systems in Indonesia. *Jurnal Hukum Novelty*. <https://doi.org/10.26555/novelty.v10i2.a13920>
- Narayan, S. (2019). *Does Fintech Matter For Indonesia's Economic Growth?* 22, 437–456. <https://doi.org/10.21098/bemp.v22i4.1237>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM.
- Nurdin, Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Ahzar, F. A. (2022). Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya). *Among Makarti*, 15(2), Article 2. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i2.333>
- Pambudi, I. A. S., Roswinanto, W., & Meiria, C. H. (2023). Pengaruh *Perceived ease of use*, *Perceived Usefulness*, Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap Minat untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi di Indonesia. *Journal of Management and Business Review*, 20(3), 482–501. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i3.577>
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), Article 6. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.1093>
- Poudel, O., Acharya, P., & Simkhada, D. (2023). Customers' Trust in E-payment: The Influence of Security and Privacy. *BMC Journal of Scientific Research*. <https://doi.org/10.3126/bmcjsr.v6i1.60958>
- Pransiska, L., & Nofirda, F. A. (2023). Dampak Ekonomi Digital terhadap Penggunaan Aplikasi DANA pada Gen Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26604–26609.
- Pratiwi, I. S., Fitria, D., & Burhanudin, B. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet ShopeePay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2550>
- Priambodo, B. W., & Wahjoeono, D. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Penggunaan Teknologi Biometrik dalam Transaksi Perbankan untuk Meningkatkan Keamanan.

- Madani: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), Article 11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10276789>
- Putri, D. E., Sinaga, O. S., Dharma, E., Julyanthry, J., & Sudirman, A. (2022). Meningkatkan Niat Menggunakan Dompot Digital pada Generasi Z dan Milenial dengan Cashback promotion sebagai Mediator. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), Article 4. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n4.p1057-1072>
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), Article 04. <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>
- Raman, A., & annamalai, V. (2011, February 27). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*.
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (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: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Rosiana, P. S., Nurhidayat, A. R., Mohsa, A. A., & Ridha, A. A. (2023). Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip Dan Paradigma Interaksi Manusia Dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3), Article 3. <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3.3271>
- Safitri, T. A. (2020). The Development of *Fintech* in Indonesia. *Proceedings of the 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.139>
- Safiudin, F. C. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment System Dan Penggunaan Internet Terhadap Tingkat Keberhasilan Ovo*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Santoso & Slamet. (2013). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Saputri, R., Lestari, L. A., & Susilo, J. (2016). Pola konsumsi pangan dan tingkat ketahanan pangan rumah tangga di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 12(3), 123. <https://doi.org/10.22146/ijcn.23110>
- Sazanova, S. (2020). Theory of Consumer Behavior in Economic Science. *ACTA VŠFS*. <https://doi.org/10.37355/acta-2020/1-02>
- Setiawan, A. B. (2013). Kajian Kesiapan Keamanan Informasi Instansi Pemerintah dalam Penerapan E-government. *Masyarakat Telematika dan Informasi*, 4(2), 109–126.
- Setiawan, B., Nugraha, D., Irawan, A., Nathan, R., & Zoltan, Z. (2021). User Innovativeness and *Fintech* Adoption in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Setiawan, P. K., Hermawan Kartajaya, Iwan. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawati, K., Baihaqi, S. A., Azahra, S. R., Apriliawati, V., & Fajrussalam, H. (2024). Inovasi Keuangan Islam: Peran *Fintech* dalam Perbankan Syariah. *SYARIAH: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.62017/syariah.v1i2.337>
- Sorce, J., & Issa, R. (2021). Extended Technology Acceptance Model (TAM) for adoption of Information and Communications Technology (ICT) in the US Construction Industry. *Journal of Information Technology in Construction*, 26, 227–248. <https://doi.org/10.36680/j.itcon.2021.013>

- Steven, S., Rifaldi, W., & Nugraha, U. (2023). Strategi Pengamanan Front-end dalam Pengembangan Website. *JUSTINFO | Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.33197/justinfo.vol1.iss1.2023.1200>
- Sudarmadji, S. (2023). Penerapan Model Penerimaan Teknologi pada Intensi Penggunaan E-health: Kerangka Konseptual. *Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 28(2), Article 2. <https://doi.org/10.57134/labs.v28i2.52>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sundaeswaran, G., Kamaraj, H., Sanjay, S., Devi, A., Elangovan, P., & P, K. (2022). Consumer Behavior Analysis. *International Journal of Research and Applied Technology*. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i1.6536>
- Suryawijaya, T. W. E. (2023). Memperkuat Keamanan Data melalui Teknologi Blockchain: Mengeksplorasi Implementasi Sukses dalam Transformasi Digital di Indonesia. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.55-68>
- Taghikhah, F., Voinov, A., Shukla, N., & Filatova, T. (2021). Shifts in consumer behavior towards organic products: Theory-driven data analytics. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102516>
- Tesic, D., & Bogetic, Z. (2022). Models Of Consumer Behavior: A Literature Review. *Zbornik Radova Ekonomskog Fakulteta Brčko*. <https://doi.org/10.7251/zrefb2216021t>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), Article 6.
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wendi, I. P. (2024). Strategi Pemasaran Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) Dan Adopsi Technology Acceptance Model Pada Program Bri Mobile. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i1.589>
- Wibasuri, A., & Bangsawan, S. (2018). Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Engineering*.
- Wira, U. (2023, July 14). *Aplikasi DANA Tidak Aman, Saldo dengan Mudah Dibobol Peretas*. Media Konsumen. <https://mediakonsumen.com/2023/07/14/surat-pembaca/aplikasi-dana-tidak-aman-saldo-dengan-mudah-dibobol-peretas>
- Yin, B., Yu, Y., & Xu, X. (2021). Recent Advances in Consumer Behavior Theory: Shocks from the COVID-19 Pandemic. *Behavioral Sciences*, 11. <https://doi.org/10.3390/bs11120171>