

DAFTAR PUSTAKA

- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Ben Mimoun, M. S. (2017). Mobile payments adoption by US consumers: an extended TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 626–640. doi:10.1108/ijrdm-08-2016-0144
- Batubara, A. W., & Lubis, A. N. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan word of mouth mahasiswa program studi diploma III administrasi perpajakan FISIP USU. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(2).
- Dewi, S. A., & Rastini, N. M. (2016). *Peran green trust memediasi green perceived value dan green perceived risk terhadap green repurchase intention* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Futuwwah, A. I. (2022). Fenomena Komunitas Merek Online Berbasis Grup Chat Terkait Perceived Benefit, Brand Community Commitment Dan Brand Loyalty. *Balance*, 19(2), 196-207.
- Genial, E. D., Oktaviani, T., & Aprilia, A. (2019). Analisa Pengaruh Ulasan Online Surabaya Patata Terhadap Perceived E-Wom Credibility. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 59-70.
- Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., Purba, R. A., Tojiri, M. Y., Duwila, A. A., Siregar, M. N. H., ... & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hosea, Y., & Berlianto, M. P. (2022). VARIABEL YANG MEMPENGARUHI PERCEIVED VALUE DAN IMPLIKASINYA KEPADA INTENTION TO SUBSCRIBE; TELAAH PADA APLIKASI NETFLIX. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 125-142.
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019, August). Faktor-faktor penerimaan teknologi yang memengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055).

- Isrososiawan, S., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). User mobile payment behavior using technology acceptance model (TAM): Study of" Dana" E-wallet users. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(2), 181-192.
- Jiang, G., Liu, F., Liu, W., Liu, S., Chen, Y., & Xu, D. (2021). Effects of information quality on information adoption on social media review platforms: Moderating role of perceived risk. *Data Science and Management*, 1(1), 13-22.
- Karjaluoto, H., Munnukka, J., & Kiuru, K. (2016). Brand love and positive word of mouth: the moderating effects of experience and price. *Journal of Product & Brand Management*, 25(6), 527–537. doi:10.1108/jpbm-03-2015-0834
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2020). Why do people use and recommend m-wallets?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091
- Kusumajaya, R. A., & Rivai, A. R. (2017). Pengaruh Citra Lembaga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Komitmen Relasional Dan Dampaknya Pada Positive Word Of Mouth. *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen*, 14(2).
- Labib, M. A. M., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Peta Kompetitor Industri Mobile Payment di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(1), 21-26.
- Melianto, R. C. (2010). Analisis pengaruh product involvement, perceived risk, market maven, terhadap post-switching negative word of mouth dengan dissatisfaction terhadap provider lama sebagai variabel pemoderator.
- Subari, S. M. T. (2017). *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Suriyadi, F. I. (2021). PENGARUH PERCEIVED INFORMATION QUALITY, DAN ENDORSER CREDIBILITY TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING; PRODUK SCARLETT WHITENING. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(2), 15.
- Talwar, S., Dhir, A., Khalil, A., Mohan, G., & Islam, A. N. (2020). Point of adoption and beyond. Initial trust and mobile-payment continuation intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102086

Tansa, E., & Sidharta, H. PENGARUH BRAND LEADERSHIP DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP PERILAKU CONTINUOUS USE INTENTION PADA PENGGUNA MARKETPLACE TOKOPEDIA.

Widiyawati, Y., Ningsih, C. D. S., Lestari, F., & Pramita, G. (2022). Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 3(02), 25-31.

