

DAFTAR PUSTAKA

- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai Pengguna E-Wallet dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Akram, M. F., Ali, M. R., & Kadirova, Z. (2023). Role of consumer digital literacy in consumer behavioral intentions: Mediating effect of perceived ease of use, usefulness and customer engagement. *Hipatia Press*, 13(1).
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444.
- Anjani, A. T. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use dan sikap terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce (Studi empiris pada PT Lazada Indonesia). Skripsi, STIE Indonesia.
- Anthony, D., & Mutalemwa, D. K. (2024). Factors influencing the use of mobile payments in Tanzania: Insight from Zantel's Z-pesa services. *The Journal of Language, Technology & Entrepreneurship in Africa*, 5(2), 69–93.
- Anugrah, R., Santoso, A. D., & Adam, R. (2023). Literasi Digital dan Intensi Individu untuk Mengadopsi Mobile Banking (Studi pada PT Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir [PALI]). Skripsi, Universitas Sriwijaya. <https://repository.unsri.ac.id/94493/>
- Averkiewa, L., & Kachalov, N. (2020). Internet technologies in foreign language learning. *International Journal of Sciences and Humanities*, 4(2), 50–56.
- Azzahra, T. R., & Kusumawati, N. (2023). The impact of mobile service quality, perceived value, perceived usefulness, perceived ease of use, customer satisfaction towards continuance intention to use MyTelkomsel app. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(1), 46–60.
- Baikhuni, J. E. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas sistem terhadap minat penggunaan e-filing dengan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel intervening. Skripsi, Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/7753>

- Buhari, N., Nugroho, C., & Nasionalita, K. (2020). Digital Literacy Index of Teenagers in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 215–223. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050210>
- Cholifah, R. N. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use dan trust terhadap intention to use (Studi kasus pengguna Dana pada TIX ID di Tangerang Selatan dan Jakarta Selatan). Skripsi, UIN Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50192>
- Davis, F. D. (2021). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Devi, D. A. (2025). Analisis pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk dan digital literacy terhadap minat menggunakan e-money berbasis aplikasi (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun angkatan 2020-2024). Skripsi, UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Dwi Pratama, R. R., & Renny. (2022). The role of behavioral intentions to use mobile banking: Application of the UTAUT2 method with security, trust and risk factors. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 728–741. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i4.1141>
- Fadila, D., & Ridho, S. L. Z. (2022). *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks.
- Fadilah, M. R., & Nuriyah, A. (2024). Analisis pengaruh efisiensi dan reliability penggunaan terhadap kemudahan penggunaan media chatbot sebagai sarana dalam pemasaran digital (Studi kasus pedagang e-commerce). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1372–1382.
- Ghozali, I. (2023). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F., & Purwianti, L. (2021). Faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan oleh Generasi Z. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 27–42. <https://doi.org/10.32477/jrm.v11i1.747>
- Ichwan, A. (2020). Pengaruh digital literacy dan teknologi acceptance model terhadap keputusan muzakki membayar ZIS melalui fintech Go-Pay pada BAZNAS. Tesis, UIN Raden Intan Lampung. <http://repository.radenintan.ac.id/11597/>
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh user interface, brand image, dan digital literacy terhadap minat penggunaan bank digital. *Maksipreneur*, 12(1). <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/994>

- Jang, M., Aavakare, M., Nikou, S., & Kim, S. (2021). The impact of literacy on intention to use digital technology for learning: A comparative study of Korea and Finland. *Telecommunications Policy*, 45(7), 102154.
- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022). Pengaruh perkembangan teknologi di era digital terhadap investasi dan pasar modal. *Jurnal Justitia*, 9(1). <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/4019>
- Kartika, D., & Astuti, R. D. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital OVO (Studi kasus pada mahasiswa S1 di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 68–79. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4353>
- Khasanah, A. N. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, trust dan digital literacy terhadap keputusan penggunaan layanan financial technology (Studi kasus pengguna layanan ShopeePay di Kota Semarang). Skripsi, Universitas Negeri Semarang. <http://lib.unnes.ac.id/51102/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, H., & Hasibuan, A. F. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 23–32.
- Laksana, B. (2020). Strategi pemasaran UMKM berbasis digital marketing di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 215–222.
- Lestari, P., & Yulianingsih, A. (2021). Digital literacy dan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan fintech pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(3), 89–101.
- Lubis, A., & Sari, M. (2020). Pengaruh literasi digital dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan dompet digital. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 114–127. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.09>
- Mulyani, S., & Putri, D. P. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 124–133.
- Murniati, S. (2022). Pengaruh digital literacy terhadap penggunaan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di era pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 49–58.

- Nugroho, R. A., & Purnomo, H. (2020). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap behavioral intention to use sistem informasi akademik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 89–98.
- Nurhayati, S., & Setyawan, A. A. (2020). Literasi digital dan implikasinya dalam kehidupan sehari-hari. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, 9(1), 31–37.
- Oktriayanti, W. (2022). Literasi digital dan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 73–84.
- Purwanto, E., & Loisa, R. (2020). The intention and use behavior of the mobile banking system in Indonesia: UTAUT model. *Technology Reports of Kansai University*, 62(5), 2239–2249.
- Ramadhani, F., & Hidayatullah, S. (2020). Pengaruh literasi digital terhadap penggunaan aplikasi dompet digital pada mahasiswa. *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 91–100.
- Rizal, M., & Maulana, A. (2021). Pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi GoPay. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 103–113.
- Sari, N. P., & Arifianto, S. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap intention to use sistem informasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Terapan*, 7(2), 97–102.
- Siregar, H. R., & Prasetyo, A. R. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 12(1), 50–60.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, H., et al. (2020). Factors affecting users' adoption of e-wallet: An evidence from Indonesia. *Emerging Markets Journal*, 10(1), 44–52.
- Utami, P. D., & Rachmawati, R. (2020). Pengaruh digital literacy terhadap adopsi teknologi finansial di kalangan milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(2), 145–155.
- Wulandari, D., & Hendrawan, R. (2020). Analisis pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap niat menggunakan e-wallet. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 34–45.