

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Financial Technology Indonesia. (2022).
- Arifin, J. (2017). SPSS24 Untuk Penelitian dan Skripsi. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Armstrong, K. P. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua belas jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Bank Indonesia. (2016). Surat Edaran Nomor.18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital(LDK). Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2017). Laporan Perekonomian Provinsi Kepulauan Riau Agustus 2022. Diambil pada tanggal 25 Januari 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/LaporanPerekonomian-Provinsi- Kepulauan-Riau-Agustus-2022.aspx>.
- Bank Indonesia. (2023). Informasi Perizinan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan uang Rupiah. Diambil pada tanggal 24 Maret 2023, dari <https://www.bi.go.id/PJSPQRIS/default.aspx>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). “Kota Tanjungpinang Dalam Angka 2023”. Katalog/Catalog: 1102001. diakses pada tanggal 24 Maret 2023, dari <http://www.bps.go.id>.
- Bella, F. I. (2021). Strengthening the Islamic Digital Payment System Through Sharia Electronic Wallet (*E-wallet*).
- Budiarto, R. (2017). Analisis faktor adopsi aplikasi mobile berdasarkan pengalaman, usia dan jenis kelamin menggunakan UTAUT2. Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi.
- Davis. F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of information Technology.
- Iranita, Firmansyah Kusasi, Lia Suprihartini (2021). Factor Analysis of E-Marketing as a Marketing Strategy in Creating Visits in Benan Island Marine Tourism
- Jati, Jamitko Nugroho., Laksito, Herry (2012), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang).

- Julia Anrepa, S. (2021). The Impact of Using *E-wallet* On The Interest of Saving In Sharia Banking Towards Students In Yogyakarta.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary (2018), Principles of Marketing, Edisi 17, Essex: Pearson Education Limited.
- Makanyeza, C., & Mutambayashata, S. (2018). Consumers' acceptance and use of plastic money in Harare, Zimbabwe: Application of the unified theory of acceptance and use of technology 2. *International Journal of Bank Marketing*.
- Mas'ud, H Muchlis.(2012) . Pengaruh Sikap, Norma-Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Nasabah Bank Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Automatic Teller Machine (Atm) Bank Bca di Kota Malang.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tahun 2018 yaitu ketentuan mengenai uang elektronik.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017), Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Minat Menggunakan T-Cash di Kota Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*.
- Poluan, Firna MA, Silvy Mandey, and Imelda WJ Ogi. "Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.3 (2019).
- Putra, Dhio Ramadhan Sukmana. "ANALISIS DETERMINAN PENGGUNAAN E-WALLET PADA TRANSAKSI PEMBAYARAN." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 10.2 (2022).
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut2 The Effect Of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using UTAUT2.
- Ramadhanti, Amalia. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. *Sumber* 63 (2017): 8-64.
- Santoso, S. (2017). Statistik Multivariat dengan SPSS: Elex Media Komputindo.

- Saragih, Yulia Wahyuni, and Brady Rikumahu. "Analisis Faktor Adopsi E-wallet GOPAY, OVO, DAN DANA Dengan Model Utaut2 Pada Masyarakat Jawa Barat." *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 11.1 (2022): 98-121.
- Sisilia, Kristina. "Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 (Utaut2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO)." *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* 6.1 (2020).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Tajik, G., & Gorji, M.B. (2014). Relationship of marketing mix with online purchase intention and intermediary role of brand equity. *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology, Special Issue* (September).
- Valentina, Jessica. "Analisis Faktor-Faktor Pendorong Minat Penggunaan Digital Payment." *Politeknik Negeri Jakarta* (2021).
- Venkatesh, V. M. (2003). *User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View*.
- Ventakesh, V. J. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*.
- Widarjono, A.2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Wijaya, Krisna, and Eva Handriyantini. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention pada Online Marketplace Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus: Shopee)." *Prosiding Seminar SeNTIK*. Vol. 4. No. 1. 2020.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS Complete:Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.