DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, V. (2022). *Aplikasi Tiktok Sebagai Strategi Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kualitatif pada Online Shop Levisya Fashion)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, *13*(1), 115–124.

Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult ' s participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, *2*(May), 100014. https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayanto, E. (2026). *Perilaku Konsumen DI Era Digital*. UMMPress.

Kandhi, N. D. (2024). *Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Pengggunaan E – Wallet Pada Aplikasi DANA (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Pengguna Aplikasi DANA)*. Universitas Islam Negri K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *9*(3), 1428–1438.

Kurniawan, B. (2025). *Buku Ajar Perilaku Konsumen Perspektif Pemasaran Digital*. PT. Kimshafi Alung Cipta.

Laila, H., & Hasanah, N. (2025). Strategi Pemasaran Digital Melalui Promosi Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Sektor Kuliner Umkm Di Kabupaten Balangan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *2*(1), 76–85.

Masitoh, & Nengsih, T. A. (2026). Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Febi UIN STS Jambi Angkatan 2022. *Jurnal Bisnis Manajemen*, *4*(2).

Musyaffa, R. D., & Istanti, F. (2026). Exploring the Direct and Mediated Impacts of User Perceptions on Intention to Use E-Wallets. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, *10*(1), 9–17. https://doi.org/10.31294/widyacipta.v10i1.11101

Ningsih, A. N., & Andayan, N. R. (2024). Effects of Perceived Ease of Use, Security, Perceived Usefulness, and Trust on the Use of E-Wallet "DANA" on ZXY Polytechnic Students Afrina. *Journal of Applied Business Administration*, *2020*.

Rahmadani, S. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Pada Generasi Milenial Di Kecamatan Tanjungpinang Timur*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pembangunan Tanjungpinang.

Raninda, R., Wisnalmawati, & Oetomo, H. (2022). Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention to the DANA E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *10*(1), 63–72. https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Suhendry, W. (2021). Minat penggunaan e-wallet dana di kota pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, *7*(Mei), 46–56.

Wahyuanto, E. (2025). *Manajemen Komunikasi Digital*. CV. Mitra Edukasi Negeri.

William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *5*(1), 74. https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9997

Wulansari, P., & Saodin. (2026). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dana Pada Gen Z di Sidomulyo. *YUME : Journal of Management*, *9*(2), 948–958.