

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. (1983). *al-Mustashfa min, Ilm al-Ushul* . Beirut: Dar Alkutub Al-Ilmiyah.
- Arifin, Z. N. (2021). *Perilaku Bisnis*. Yogyakarta: Dee Publish.
- Arikuntum, S. (1998). *Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (edisi revisi cetakan II)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bachtiar, W. (2006). *Sosiologi Kalsik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- bapdhadal, A. s. (2020). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. malang: Media Nusa Creative.
- Baphdal, A. S. (2020). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. Malang: Media Nusa Creative.
- Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of information Technology*. MTS Quartely, 13(5), 320.
- Elektronifikasi. (2020). Retrieved from www.bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Emy, R., Suliyanto, Suroso., A. (2019). *Peran Kesadaran Merek Halal pada Perilaku Konusmen*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Firmansyah, Ihsan dacholfany. (20128). *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*. Lamoung: CV. Iqra.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* . Yogyakarta: Dee Publish.
- Gita, N., Wiryawan, D., ambarawati, D.A.S. (2022). *Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung)*. Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis islam, 194.
- hadi, A. (2022, Januari 26). *Jenis Penipuan di Shopee dan Cara Menghindarinya*. Retrieved from [amp.tirto.id](https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/jenis-penipuan-di-shopee-modusnya-dan-cara-menghindarinya-f6bh): <https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/jenis-penipuan-di-shopee-modusnya-dan-cara-menghindarinya-f6bh>

- Hartono. (2018). *Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan Rasio dan SPSS*. Yogyakarta: Dee Publish.
- Ismail, I. (2018). *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Jopgiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kinasih, Satrio, B., Albari. (2012). *Pengaruh persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen online*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1), 27.
- Madnasir, Khoirudin. (2021). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Lampung: Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung.
- Marji, d. (2021). *Pasar Kerja Generasi Z Bidang Vokasi*. Jember: Cerdas Ulet Kreatif.
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- maruf, H. (2006). *Pemasaran ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pasaribu, D. (2021). *Buku Monograf Kajian Kritis terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non Bank*. Surabaya: CV. Global Aksara Pers.
- Pendyck, R. S. (2007). *Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Indeks.
- Prayudi, G. d. (2022). *A Studi: Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan untuk Membangun Kepercayaan dan Niat Menggunakan Kembali Layanan Mobile Banking*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Preferensi. (n.d.). Retrieved from www.kbbi.web.id: www.kbbi.web.id/preferensi
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta: Start Up.
- Ramadhan, A.F., Prasetro, A,B. (2016). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 134.
- Ramdani, L. (2016). *Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (E-Money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 1.
- Risma Ayu Kinanti, d. (2022). *Manajemen Bisnis Kontemporer (Konsep Syariah)*. Bandung: Media Sains Indonesias.
- Sanusi, A. (n.d.).

- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- ShopeePay. (2020). Retrieved from shopeepay.co.id: <https://shopeepay.co.id/>
- ShopeePay kalahkan OVO dan GoPay saat Pandemi*. (2020). Retrieved from databoks,katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/shopeepay-kalahkan-ovo-gopay-saat-pandemi-corona>
- Simamaora, B. (2018). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Simamora, B. (2004). *Paduan Riset Perilaku Konsumen* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stanley Lemeshow, e. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto, D. S. (2006). *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabetaa.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2018). *Perilaku Konsumen dalam Perfektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi Perbankan Syariah, 2.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumadi, Romdhoni, A.H., Fatakhurrohimi. (2022). *Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islkama, 8(2), 2197.
- Sumantri, M. H. (2002). *Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia*. Jakarta: PT. raja Grafindo Persada.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghlia Indonesia.
- Suryani, D., Kurniawan, A., Umiyati. (2020). *IT Self Efficacy, IT Anxiety dan Minat Menggunakan E-money*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 8(1), 89.
- Syawalia, N. M. (2014). *Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Permodalan (Studi Pada Pedagang Pasar Merjosari, Kecamatan Lowokwaru– Kota Malang)*. Jurnal ilmiah Mahasiswa FEB, 3(11), 4.
- Tama, A., & Sinta, R. (2020). *Factors Affecting The Interest in Using E-money for Millennials*. Jurnal economica, 246.
- Tentang Shopee. (2020). Retrieved from careers.shopee.co.id: <https://careers.shopee.co.id/about>
- Venkatesh, V. (2016). *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model*. Information System Reseach, 11(4), 45.
- walgito, B. (1999). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Walter, N. (1995). *Microeconomic Theory Basic Principles and Extentions*. Sixth Editio. USA: Harcourt Brace College Publisher.
- Wibisono, Y. (2015). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis regresi dengan menggunakan aplikasi komputer statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yuniarti, V. S. (2016). *Ekonomi Makro Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.