

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Thandania Blessky, Luthfiyah Nadiya, A. (2022). Analisis pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan ovo dan gopay. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022*, 3(1), 397–407. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/834>
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2021). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153.
- Aziz, A. R. A. (2022). Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia Dalam Perspektif Herbert Marcuse. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.53977/sd.v5i2.725>
- Choirudin, M., Irwanto, N. Y., Nanda, A., & Putra, R. S. (2023). Pengaruh Kemudahan , Keamanan , dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia. 4(5), 738–744.
- databoks. (2022). *Survei KIC: Bibit Jadi Aplikasi Reksa Dana Favorit di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/survei-kic-bibit-jadi-aplikasi-reksa-dana-favorit-di-indonesia>
- Fadillah, F., Hartono, & Sodikin, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan pada Aplikasi LinkAja Telkom Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 277–285.
- Gatot Efrianto, & Nia Tresnawaty. (2021). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Liabilitas*, 6(1), 53–72. <https://doi.org/10.54964/liabilitas.v6i1.71>
- Ghozali, I. (2021a). *DESAIN PENELITIAN KUANTITATIF & KUALITATIF untuk Akuntansi, Bisinis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2021b). *PARTIAL LEAST SQUARES : KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI MENGGUNAKAN PROGRAM SmartPLS 3.2.9 UNTUK PENELITIAN EMPIRIS Edisi 3*. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro.

- IDXChannel.com. (2023). *Siapa Pemilik Bibit? Perusahaan Fintech Reksa Dana yang Banyak Digunakan Masyarakat.* <https://www.idxchannel.com/inspirator/siapa-pemilik-bibit-perusahaan-fintech-reksa-dana-yang-banyak-digunakan-masyarakat/all>
- Inews.id. (2023). *Banyak yang Belum Tahu, Siapa Pemilik Aplikasi Bibit yang Sebenarnya?* Inews.Id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/banyak-yang-belum-tahu-siapa-pemilik-aplikasi-bibit-yang-sebenarnya>
- Katuuk, P. V, & Tumbel, A. L. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Bni Kantor Cabang Pembantu Bahu the Influence of Product, Price, Location and Promotion on Decision To Become a Customer in Bank Bni Kcp Bahu. *Samadi... 4819 Jurnal EMBA*, 7(4), 4819–4828.
- Kurnia, C., Lubis, S., Septi, J., Simanungkalit, L., & Siagian, Y. (2024). *Pengaruh Media Sosial , E-Lifestyle , dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Medan.* 3(4), 1871–1884.
- Kurniawan, D., Tumbuan, W. J. F. A., & Roring, F. (2021). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E – Money Fintech Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid – 19. *Jurnal EMBA*, 9(3), 695–704.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023a). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 391–400.
- Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023b). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 391–400. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3060>
- Linda, M., Marlina, N., Purba, B., Akuntansi, P. S., & Batam, U. P. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penggunaan Teknologi Finansial Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*

Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(1), 922–934.

- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 44–58. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JREA/article/view/148>
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 277–288.
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- RACHMAWATI, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>
- Rahman, A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, PROMOSI DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GOJEK Studi Kasus Pada PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>
- Rosa Zachrul Phonna, Sapna Biby, Mohd Heikal, & Rahmaniar. (2023). the Effect of Convenience, Promotion and Benefits on the Decision To Use a Digital Payment System in Generation Y in Lhokseumawe City. *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*, 1(3), 286–295. <https://doi.org/10.54443/jaruda.v1i3.46>
- Rosida & Haryanti, 2020. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga

Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150–160. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.235>

Situmeang, I. V. O. (2022). Pengaruh Aktivitas Integrated Marketing Communication Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Indihome (Survey Pada Pelanggan Indihome Di Facebook Info Pasang Wifi Indihome). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 153–162. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4279>

Sukmawati, B. S. N., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 33–54. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325/15048>

Wahyu Prastiwi Umaningsih, & Dewi Kusuma Wardani. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>

Wikantara, I. W. A., & Rastini, N. M. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(5), 436. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i05.p02>