

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 8(3),1006-1012.
- Aditiansah, J.F., & Dermawan, R. (2022). Effect Of Brand Awareness, Promotion And Ease Of Use Perceptions On Decisions To Use Link Aja E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Balance*, 18(1), 145 – 154.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*. *Journal of Business and Banking*, 6, 113-128.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. 2013. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–
- Pengguna Go-pay). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1–17.
- Aritonang, Y. A. L., dan Arisman, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-money. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, hal 1–17.
- Chandra, I. R., & Rahmawati, D. 2016. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Penggunaan E-Spt Dalam Pelaporan Pajak. *Jurnal Nominal*, 72-87. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/viewFile/11477/8332>
- Christiani, M. F., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Nasabah Bank Di Madiun?. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 9(3), 220 – 232.
- Ericaningtyas, B. M. (2021). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi

- Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). 2(2), 1–20.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan e-Money. *Jurnal Manajemen-FEB Unmul*, 12(2).
- Fitriyanti, E. D., Farida, E., & Primanto, A. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510–518.
- Gunawan, I. M. I., & Suartina, I. W. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Reksadana Bibit (Studi Kasus Pengguna Platform Digital Fintech Bibit). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1150–1160.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52-62.
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 70–79. <https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.950>
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Nurvitasari, E. & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.10 (1), 1472-1481.
- Obsika, N. C. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi E-Wallet*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/105483>

- Permatasari, S.V., & Yunita, R. (2023) Pengaruh Persepsi Manfaat dan Spirituak Marketing Terhadap Minat Ulang E-Wallet ShopeePay di Kota Madiun. *Al-iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*. 5(1), 66-87.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat ulang menggunakan layanan uang elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang).*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(2), 1–9.
- Rahmawati, I. D., & Nasih, M. (2022). Pengaruh Lifestyle, Computer Self Efficacy, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Sia Berbasis E-Commerce. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 417-435.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*, 13(2), 1–15. Retrieved from <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Roca, J.C., García, J.J. dan de la Vega, J.J. (2015), “The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems”, *Information Management and Computer Security*, Vol. 17 No. 2, pp. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 68.
- Syukriyyah & Karyaningsih. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. *Transformasi Manegeria : Journal Of Islamic Education Management*. 3(1), 263-287.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Yudha, Ana Toni R C dkk. 2020. *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*. Surabaya: Scopindo media.