

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyano, Y., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatn, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan rekening ponsel (studi kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 4(2).
- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah cabang Ulak Karang kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.
- Chandra, I. R., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan computer self efficacy terhadap minat penggunaan E-SPT dalam pelaporan pajak. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 5(1), 72-87.
- Desvronita, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(2).
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta. *Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Hasya Raihan, "Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022". Diakses pada 30 mei 2023. goodstats.id
- Hinati, H. (2019). *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta).
- Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2019). *Strategi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.

- Kamil, L. I. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Gopay. *IAIN Surakarta*.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). Holistic marketing: a broad, integrated perspective to marketing management. In *Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future* (pp. 308-313). Routledge.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.
- Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56-72.
- Musfiroh, F. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Masyarakat Kota Surakarta.
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65-74.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1-9.

- Prasasti Giovani Dio, "Pengguna Dompot Digital Dana Tembus 135 Juta di 2022". Diakses pada 30 mei 2023. liputan6.com
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53-62.
- Sandhi, I. N. R. K. (2020). Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment.
- Sayar, C., & Wolfe, S. (2007). Internet banking market performance: Turkey versus the UK. *International journal of bank marketing*, 25(3), 122-141.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 5 (3), 113-119.
- Wardhana, O. H. P. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(1).
- Yoyok, "Akun Dana Dibobol". Diakses pada 30 mei 2023. mediakonsumen.com