

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D., & Fitra, R. (2023). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 46–57.
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “OVO.” *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 153–163.  
<https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/view/131%0Ahttps://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/download/131/88>
- Aisyah, M., & Ardami Ardiningsing, T. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking: Peran Pemediasi Persepsi Kegunaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 92–105.  
<https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5987>
- Amalia, S. (2022). *Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan*.
- Ananda, A. D., & Puspitasari, E. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Risiko Penggunaan Dompot Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pengguna Jasa Pengurusan Transportasi Laut. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1498–1516. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3853>
- Arsyan, M. F., & Mahfudz. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan ShopeePAY Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–12.
- Aryandi, R. (2017). PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, RISIKO TRANSAKSI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi pada nasabah bank BRI di Kota Purworejo). In *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2022). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156.  
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340–350.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.102>
- Damayanti, V. (2019). the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Purchase Intention Through Brand Image As an Intervening Variable in Yogyakarta Ust Shopee Users. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 99–109. <https://doi.org/10.31849/jieb.v16i2.2317>
- Dandy Kurnia. (2020). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi, Terhadap keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Jurnal*, 14, 1–10.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>

- Firmansyah, D., & Wahdiniwati, R. (2023). Prediction of Innovation Capability: the Role of Mediation in the Relationship between Digital Transformation and Competitiveness with the PLS-SEM Model. *International Journal of Management and Business Intelligence*, 1(2), 125–142. <https://doi.org/10.59890/ijmbi.v1i2.238>
- Gama Putra Brahmanta, & Nuruni Ika Kusuma Wardhani. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopee Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>
- Handayani, M., Sulistiyantoro, D., & Nusa, G. H. (2022). Pengaruh Computer Anxiety, Computer Attitude Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Software Akuntansi. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 153–160. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.107>
- Hardi, V. (2021). Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital OVO (Survey Pada Masyarakat Surabaya ). *Commercium*, 3(3), 180–191.
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>
- Icam Sutisna. (2020). Statistika Penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1–15. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK\\_ANALISIS\\_DATA\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik\\_Analisis\\_Data\\_Penelitian\\_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat)
- Indriani, E. (2021). Analisis Efektivitas Implementasi Pembelajaran Daring Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Siswa SMA Kelas X Se-Kecamatan Mranggen Mata Pelajaran PJOK. *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.53869/jpas.v2i1.34>
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>
- Latifah, I., & Dora, Y. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Promosi Terhadap Loyalitas Pengguna Bank Digital. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 2025–2030. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1751>
- Lestari, W., Fauji, R., Manajemen Keuangan, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., Buana Perjuangan Karawang, U., & Karawang, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>
- Nainggolan, H., & Dewantara, R. (2023). Dampak Promosi Online Serta Mutu Layanan Pengiriman Kepada Loyalitas Konsumen Terhadap Aplikasi Grab. *Journal of Computer Science and Information Technology*, 1(1), 44–58. <https://doi.org/10.59407/jcsit.v1i1.335>
- Ndruru, R. E., Situmorang, M., & Tarigan, G. (2014). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Produksi Padi Di Deli Serdang. *Saintia Matematika*, 2(1), 71–83.

- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Nurdien, faiz G., & Galuh, A. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Menggunakan Qris Bsi Mobile (Studi Kasus Gen Z Di Kota Malang). TERHADAP PREFERENSI MENGGUNAKAN QRIS BSI MOBILE (Studi Kasus Gen Z Di Kota Malang). *Islamic Economics and Finance In Focus*, 2(4), 588–601.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Piliang, E. W. (2022). Analisis Pengaruh Fee Audit, Reputasi Auditor Dan Rotasi Audit Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 7(4), 473–481.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>
- Puspita, E., & Solikah, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(1), 29–41. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i1.154>
- Putra, M. D. A., & Parmariza, Y. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(2), 164. <https://doi.org/10.22441/jdm.v4i2.12951>
- Rahayu, M. Y., & Fitriani, A. P. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Fitur Layanan Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Di Ponorogo. *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 52–65.
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Layanan E-Banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 425–444.
- Rosida, R., & Haryanti, I. (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>
- Rusli, A. S., & Magna, M. S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pemberdayaan Gender (IDG) Kota Magelang Tahun 2011-2021: Factors Affecting the Gender Empowerment Index (IDG) of .... *EVOKASI: Jurnal Kajian Administrasi Dan ...*, 2(1), 1–10. <https://journal.uns.ac.id/evokasi/article/view/778%0Ahttps://journal.uns.ac.id/evokasi/article/download/778/467>
- Salmah, R. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>

- Sari, G. I. H., Fermayani, R., & Harapah, R. R. (2020). Genny, dkk (2020). *Menara Ekonomi*, VI(2), 1–11.
- Situmorang, K. br, & Christin, M. (2023). Pengaruh Konten Review Buku Terhadap Minat Baca Pada Followers Tiktok Meisya Sallwa. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 523–533. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.96>
- Soleha, E., & Zulfa Zakiatul Hidayah. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millennial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay). *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 312–316. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>
- Sutandar, E., Maryam, S., & Prasetyo, N. A. (2022). Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Negara. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 61–69. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.218>
- Tangesow, N., & Tumbel, A. L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Unsrat 2014). *Jurnal EMBA*, 7(3), 3468–3477.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wijaya, J. P., & Sri, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada UMKM di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi*, 2(1), 1–18.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.
- Yasa, A. D., Rahayu, S., Handayanto, S. K., & Ekawati, R. (2024). *Investigation Effects Digital Literacy on Primary Student Attitude in Indonesia*. 8(1), 11–19.
- Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 374–383.