

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, P. D., & Ahmad Mustamil Khoiron, M.Pd. Taofan Ali Achmadi, M. P. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- 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>
- Atieq, M. Q., & Azizah, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah Digital di Pegadaian Syariah Indramayu. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i1.3009>
- Bramastuti, W. R. (2024). *PENGARUH LITERASI DIGITAL, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PROMOSI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT TERUS MENGGUNAKAN BANK DIGITAL DI KALANGAN GENERASI MILENIAL INDONESIA*. 1–23.
- Buana, P. W., Prastiwi, I. E., & Bisnis, F. E. (2023). *Pengaruh Kepercayaan , Kualitas Produk , dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah BTN Syariah Kantor Cabang Slamet Riyadi Surakarta*. 2(02), 365–371.
- Cindriyani. (2023). *JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL*. 3, 540–552.
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115–125. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>
- Gading, S. (2024). *Hasil Survei: Bank Digital RI Tumbuh Pesat Gegara Gen Z*. DetikFinance. <https://finance.detik.com/moneter/d-7430230/hasil-survei-bank-digital-ri-tumbuh-pesat-gegara-gen-z>
- Geasela, Y. M., Hartono, H., Sesilia, M., Winarto, H., & Pratiwi, H. (2022). Analisis Penerimaan Aplikasi Asset Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, 5(2), 30–35. <https://doi.org/10.30813/jbase.v5i2.3778>
- 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>
- 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>
- 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.

- Maharany, I. D., Husna, H. N., Hani, A. A., & Musyafak, A. (2023). Peran Mediasi Trust Terhadap Keputusan Membuka. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(4), 465–478.
- Manfarisya, N. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Meuthia, R. F. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Bank Digital di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 12(1), 454–468.
- Munari, S. A. L. H., & Susanti. (2021). The Effect of Ease of Transaction, Digital Literacy, and Financial Literacy on The Use of E-Banking. *Economic Education Analysis Journal*, 10(2), 298–309. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i2.39335>
- Nurfitriani, I., Yuliati, L. N., & Simanjuntak, M. (2023). Minat Penggunaan Ulang Layanan Digital Banking Dengan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 6(1), 33. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i1.17007>
- Rahayu. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital- Studi pada Generasi Z di Indonesia . *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 73–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>
- Rahyawati, A. D. (2021). MINAT GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN MOBILEBANKINGDI KOTA SEMARANG. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Riadi, A., Widiatmoko Soewardikoen, D., & Swasty, W. (2023). Pengungkit kredibilitas dan brand trust pada website bank digital di Indonesia. *Serat Rupa Journal of Design*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.28932/srjd.v7i1.5310>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Salma, D. A., & Harun, P. (2023). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KIBLAT BELI MANDIRI TABUNGAN BERENCANA STUDI KASUS PT BANK MANDIRI. 171–186.
- Septa, A. (2023). *Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Brand Image, dan Literasi Digital Terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Digital milik Bank Jago (Studi pada nasabah Bank Jago di Kota Semarang)*. <http://eprints.stiebankbpdjateng.ac.id/id/eprint/1467>
- Setiawan, W., & Maryatih, S. (2023). *DIGIBIS: Digital Business Journal IN USING FINTECH WITH TRUST AND PERCEPTION OF EASY*. 2(1).
- Simatupang, S., Sinaga, O. S., Manurung, S., Ambarita, M. H., & Mokodongan, E. N. (2024). Bank Digital Dan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 7(2), 156–164. <https://doi.org/10.47532/jis.v7i2.1090>

- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Taufik, R. F. A. N., & Febrianto, H. G. (2022). Property Product Purchase Decision Analysis With Digital Marketing and Brand Trust Approach. *Digital Business Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6600>
- Taufik, R. F. A. N., Tarto, T., & Trisavinaningdiah, A. (2023). Keputusan Pembelian Sate Taichan 8 Tangerang Berdasarkan Digital Marketing Dan Influencer. *Digital Business Journal*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.31000/digibis.v2i1.7631>
- Utama, A. P., & Trisnawati, N. (2023). Analisis Citra Bank Sebagai Mediator Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Digital. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(6), 2318–2335. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.464>
- Yuhelmi, Y., Trianita, M., Kamela, I., & Rosha, Z. (2022). Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 20–25. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.201>