

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Yusuf et al, .. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen OVO. *Jurnal Manajemen*, 54-63.
- Abrilia et al, .. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Aplikasi DANA di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.8 No. 3*, 1006-1012.
- Al-Arif, M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amoroso. (2011). Membangun Model Penelitian Untuk Adopsi Konsumen Dompot Seluler. *Jurnal Riset Perdagangan Elektronik Teoritis dan Terapan Vol 7 (1)*, 94-110.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 399-409.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan E-Money di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 120-131.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Bank Indonesia. (2022, Oktober 13). Retrieved from Mengenal Financial Teknologi: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- (2022, Oktober 15). Retrieved from Tabel Transaksi Uang Elektronik: <https://www.bi.go.id>
- Chalil, Z. F. (2016). *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Erlangga.
- DANA.id. (2023, Januari 09). Retrieved from <https://www.dana.id/>
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Daulay, N. (2014). *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Qur'an tentang Psikologi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Dian Wulandari, O. A., Pradiva, F. A., & Aziz, G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan dalam Membangun Loyalitas Pengguna OVO. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa Vol.17 No.2*, 1-9.

- Ersaningtyas, & Susanti. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kualitas Informasi terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 185-198.
- Fauziati, P. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking dengan Pendekatan Technology Acceptence Model (TAM). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing Vol. 7 No.2*, 82.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Volume 27 No.2*, 216-230.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (2017). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Diponegoro.
- GoodStats. (2022, Oktober 17). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. Retrieved from GoodStats: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Hamidah et al, .. (2013). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur, dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 1-20.
- Hanafi, H. e. (2012). Pengaruh Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna dengan Pendekatan TAM. *Universitas Brawijaya Malang*, 1-8.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2015). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media.
- Irianto, B. S. (2020). Mediasi Sikap pada Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Informasi Akuntansi pada UKM di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) Volume 22 No.1* , 1-13.
- Kadata.co.id. (2022, Desember 6). Retrieved from <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/624d36cc4e54e/transaksi-pembayaran-digital-di-ri-rp-305-t-fintech-sasar-luar-negeri>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. (2022, Desember 21). Retrieved from <https://kbbi.web.id/layan.html>

- Kotler Amstrong et al, .. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Phillip et al, .. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- (2012). *Marketing Management Global Edition 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Lestari, S., & Indriana, K. T. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi DANA). *Al Misbah Volume 2 No. 1*, 66-80.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1455-1463.
- Meilany, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Linkaja di Indonesia. *Jurnal Ecodemica Vol.4 No2*, 200-210.
- Muhammad. (2013). *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Jurnal Sistem Komputer Universitas Komputer Indonesia Komputika Volume 7 No.1*.
- Mundir, D. H. (2013). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.
- Novanty, N. S. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital DANA. *Universitas Sanata Dharma*, 20.
- Oryz Agnu Dian Wulandari et al, .. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan dalam Membangun Loyalitas Pengguna OVO. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol.17 No.2*, 1-9.
- Permana W, d. (2012). *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*. Malang: UB Press.
- Pratama, D. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Pelanggan Melalui Sikap Pelanggan sebagai Mediasi pada Tokopedia.com. *Agora Volume 8 No.1*.
- Pribadiono, H. E. (2016, Oktober 24). Retrieved from <https://www.coursehero.com/>
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- RI, A. (2022, Desember 06). Retrieved from www.asliri.id: <https://www.asliri.id/2022/08/01/security-and-safety-the-perfect-combo-in-digital-world/>
- Rithmaya. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, dan Fitur layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 160-167.
- Roeckelein, J. E. (2013). *Kamus Psikologi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rukani, S., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning Sebagai Media Pembelajaran Online. *Jurnal PTK dan Pendidikan*, 100-111.
- Sri Lestari et al, .. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi DANA). *Al-Misbah Volume 2 No.1*, 66-80.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyatna, A. (2015). Analisis dan Evaluasi Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan dengan Menggunakan Peces Framework. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri Volume XI No. 1*, 43-52.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group
- Susanto, E. M., & Yessica. (2020). Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran DANA. *Journal Of Business and Banking*, 53-69.
- Syadzali, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 459-468.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umam. (2014). Bab II Landasan Teori. *Journal of chemical Information and modeling*, 53(9), 1689-1699