

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, H. T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(1), 76-93.
- Asnaini, A. D. (2024). Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Transfer Shopeepay Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1),9-18.
- Astuti, P. D. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68-77.
- Atriani, A. P. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54-61.
- Chusnah, C. &. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(01), 111-122.
- DANA - Apa pun transaksinya selalu ada DANA. (t.t.). DANA.id. Diambil 5 Maret 2024, dari <https://www.dana.id/>
- Desvronita. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Menggunakan sistem pembayaran E-Wallet menggunakan Technology Acceptance Model.
- Ernawati, N. &. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.
- Fathurrahman, A. &. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Dompot Digital Dana (Studi Kasus Masyarakat Dki Jakarta). *Jurnal Inovasi Manajemen dan Bisnis (JIMB)*, 1(2), 104-117.

- Fauzi, N. R. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Dompet Digital . *In Bandung Conference Series: Accounting*, (Vol. 2, No. 2, pp. 1128-1136).
- Febdiranti, N. &. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ulang OVO di Kota Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 57-78.
- Fitriyanti, E. D. (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-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Hastini, L. Y. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12-28.
- Hastini, L. Y. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12-28.
- Hikmah, A. &. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompet Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 181-202.
- Iffat, M. F. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *In Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, pp. 441-449.
- Isna, A. &. (2020). *Analisis data kuantitatif dengan IBM SPSS STATISTICS*. STAIN PRESS Purwokerto.
- Maharani, P. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompet Digital GoPay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 58-70.

- Mahendri, W. &. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 81-93.
- Mawardani, F. &. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455-1463.
- Nizar, A. M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 928-933.
- Purba, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151-170.
- Purnomo, A. A. (2019). Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha.
- Putra, D. N. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11 (1).
- Rahmawati, M. &. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1395-1406.
- Rembulan, N. D. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111-128.
- Samara, A. &. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi* , 1(2), 249-260.

- Saputri, A. D. (2021). Perbandingan Sikap dan Penerimaan Pengguna Layanan Dompot Digital di Indonesia. *Jurnal KomtekInfo*, 8(2), 154-162.
- Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 869-878.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Syahidah, A. A. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 36-44.
- Wahyuningsih, D. &. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 435-445.
- Yasmin, S. N. (2021). Analisis loyalitas pengguna gopay. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 492-502.

