

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Al-Jufri, F., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Marketing Public Relations Dan Fitur Layanan Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Aplikasi Tiktok. *EProceedings of Management*, 8(5).
- Alimuddin, M., Nurdin, N., & Amalia, R. (2019). Produk Layanan Transaksi Online Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 57–74.
- Amir, L. M., Rinuastuti, B. H., & Furkan, L. M. (2019). Analysis of Effect of Perceived Ease of use and Usefulness on Consumer Interest use of Banking Products Farmer Card in Mataram. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(8).
- Ananda, I. G. N. Y. A., & Wisudawati, N. N. S. (2022). The influence of social media marketing, content marketing and brand image on instagram toward buying interest (A Case Study on Consumer at Dahlia Beauty Salon). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 10(1), 38–50.
- Anggraini, Y., Hendrianto, H., & Ilhamiwati, M. (2023). *Upaya Bank Muamalat Dalam Akselerasi Teknologi Digital Guna Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Era 4.0*. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*, 6(1), 54–61.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156–167.
- Dalimunthe, S. N. H. (2019). *Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KC Medan Balai Kota*.

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01), 115–124.
- Dwi, P. (2022). *Analisis tingkat efisiensi kinerja keuangan bank umum syariah di Indonesia dengan metode Data Envelopment Analysis (DEA) di masa pandemi covid-19 (2020-2021)*. UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri.
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80.
- Ersaningtyas, A. P., Ety, D., & Susanti, D. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shoppe (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(02), 185–198.
- Faturrozhiah, S. N. (2021). *Analisis minat nasabah dalam penggunaan mobile banking (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)*. IAIN Ponorogo.
- Fauzi, A. A., Kom, S., Kom, M., Budi Harto, S. E., Mm, P. I. A., Mulyanto, M. E., Dulame, I. M., Pramuditha, P., Sudipa, I. G. I., & Kom, S. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., & Hyun, S. S. (2019). Understanding the determinants of mobile banking continuance usage intention. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(6), 1015–1033. <https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2018-0237>
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1858–1865.
- Handayani, T., & Husnayetti, H. (2019). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Pada Nasabah Wanita Karir Di Bank Rakyat Indonesia Cabang Ciputat. *Indonesian Journal of Economics Application (IJE)*, 1(2), 150–154.
- HB, L. M. A., Rinuastuti, B. H., & Furkan, L. M. (2019). Analysis of Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Consumer Interest use of Banking Products Farmer Card in Mataram. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(E8), 1–9.
- Hermawan, L. D., Komariah, K., & Muhammad Danial, R. D. (2020). Analisis minat menggunakan BRI mobile (survei pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk. Kota Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (EEB)*, 9(6), 525–538.
- Iqbal, M., & Hasan, A. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif*

Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 7(1), 333–356.

Istan, M., & Saputra, A. D. (2023). *Strategi Layanan Digitalisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup dalam Menjaga Loyalitas Nasabah*. Institut Agama Islam Negeri Curup.

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), 144–163.

Joan, L., & Sitingjak, T. (2019). *PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY*. 8(021), 27–39.

Juliansya, A. (2018). *Pengaruh teknologi informasi kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.

Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan, dan fitur layanan terhadap penggunaan mobile banking pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67.

Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah*.

Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 1(01), 1–16.

Mukaromah, N. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, resiko dan fitur layanan dalam menggunakan mobile banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Natalia, O., & Tesniwati, R. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722–1730.

Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *AKUNTABEL*, 19(1), 91–100.

Penerapan, P., Operasional, S., Dan, P., Artha, S., & Intan, R. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 38–47. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i1.600>

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.

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.

- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Putri, N. I., Munawar, Z., & Komalasari, R. (2022). Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pasca Pandemi. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 155–160.
- Rachmatsyah, A. D. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA di Pangkalpinang Terhadap Mobile Banking*. 8–9.
- Rahayu, P. P. (2019). *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Ramli, Y., & Rahmawati, M. (2020). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness that Influence Customer's Intention to Use Mobile Banking Application. *IOSR Journal of Business and Management*, 22(6), 33–42.
- Rinta, N. A., Salas, M., & Sibarani, H. J. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online, Fitur Layanan dan Promosi Cash Back OVO Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(2), 1100–1117.
- Risma, R., Sissah, S., & Badaruddin, B. (2021). *PENGARUH FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- 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), 66–80.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi manfaat terhadap minat nasabah dalam menggunakan E-money pada Bank BRI Lamongan*. III(2), 699–711.
- Rukani, S., & Marlana, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning sebagai Media Pembelajaran Online di SMK Ketintang Surabaya. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, 7(2).
- Sarofah, I. F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile

- Banking (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Surabaya). *CALYPTRA*, 7(2), 4425–4437.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekoomi Indonesia*, 1–20.
- Shabrina, G. Y., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada Pengguna OVO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1258–1264.
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi ovo. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL SOCIAL & ENGINEERING POLMED (KONSEP)*, 2(1), 635–645.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Sinaga, S., Lumban Gaol, J., & Ichsan, R. N. (2021). The effect of product innovation on consumer interest in the purchase of bottled tes product at PT. Sinar sosro medan. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1).
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105–116.
- Syafitri, S. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) PADA APLIKASI OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547.
- Tony Sitingjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Tsourela, M., & Nerantzaki, D. (2020). *An Internet of Things (IoT) Acceptance Model . Assessing Consumer ' s Behavior toward IoT Products and Applications*. 1–23.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(21), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.

<https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>

- Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri. *JUPEKO Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 64–83.
- Wulandari, C. O., & Yushita, A. N. (2018). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2).
- Yadnya, I. D. G. S. A. (2022). PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, KEMUDAHAN, RESIKO KEAMANAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KINERJA PENGELOLAAN APBN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 442–455.
- Zein, M. F. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein.

