

## DAFTAR PUSTAKA

- Angelica, L., & Soebiantoro, U. (2022). Analysis Using a Digital Wallet. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 232–238. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11209>
- 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(1), 115–124.
- Dwi, N., Hanna, M., & Kalangi, E. (2024). Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS), Vol. 01 No.01 Februari 2024 LPPM STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–17.
- Fhadila, K. D. (2017). Menyikapi Perubahan Perilaku Remaja. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 2(2), 17–23. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jpgi/article/view/220>
- Gupta, R. (2022). Pengaruh Kemudahan (Ease of Use) terhadap Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) yang dimediasi oleh Kepercayaan (Trust) (Study pada pengguna aplikasi Marketplace). *CWL Publishing Enterprises, Inc., Madison*, 2004(May), 352. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cbdv.200490137/abstract>
- Hamid Marwan, dkk. (2019). *Analisis Jalur Aplikasi SPSS*.
- Handayani, S., Kusrini, K., & Arief, M. R. (2017). Evaluasi Tingkat Penerimaan Sistem Informasi Yudisium Menggunakan Metode TAM. *Informasi Interaktif*, 2(2), 146–155. <https://e-journal.janabadra.ac.id/index.php/informasiinteraktif/article/view/458/351>
- I.Pramuswari, I. K. (2024). *Belanja Produk Fashion Tiktok Shop*. 01(01), 1–10.
- Laksmiana, Eka, Kusuma, & L. (2019). Kajian Teoretis Dan Metodologi Penelitian. *Laksmiana, Eka, Kusuma, & Landra, 2012*, 6–30.
- Lijan P. Sinambela, & Sarton Sinambela. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik Dan Praktik* (Monalisa (ed.)).
- Manunggal, D. R., Widyawati, N., Juli, P., & Arisanti, D. (2024). *Pengaruh Service Quality, Corporate Image, Dan Trust Terhadap Customer Satisfaction Pada Pt Andalan Pacific Samudra*. *Jurnal Adm*.
- 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)*, 9(3), 1455–1463.

- 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>
- Pratama, G. (2019). *Metode Statistik Nonparametrik: Uji Korelasi*. 1–14.
- Putri, D. K. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Efektivitas, dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay Pada Mahasiswa Di Purwokerto*.
- Rodiah, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang Skripsi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setyawami (ed.)). alfabeta.
- Suryana, E., Hasdikurniati, A. I., Harmayanti, A. A., & Harto, K. (2022). Perkembangan Remaja Awal, Menengah Dan Implikasinya Terhadap Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3), 1917–1928. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i3.3494>
- Susanto, H., Wathan, H., & Fadhilah, D. (2021). Pengaruh efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi pada fintech. *Jurnal Konferensi Nasional Dan Engineering Politeknik Negeri Medan, April*, 257–262.
- 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 Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 4*, 1008–1036.
- Tuhepaly, M., & Rismawati. (2021). Pengaruh kepercayaan, Promosi dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–14. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Urrahma, A. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Non. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 12. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/8145/6919>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116–122. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>

- Yulianti, A., & Kristiawati, I. (2024). Pengaruh Harga, Media Sosial Marketing, dan Emotional Influences Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue Pada Generasi Muda di Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 1(1).  
<https://ejurnal.stiamak.ac.id/index.php/jut/article/view/108>
- Yurindera, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Motor Honda Beat Series. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(1), 2022.