

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.
- Afna, N., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian pocari sweat di kota batam. *Dynamic Management Journal*, 7(4), 645–660.
- Agustian Wardana, A., Purwo Saputro, E., Wahyuddin, M., & Idris Abas, N. (2022). The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 218(Icoeb), 386–395.
- Angelia, M., & Kartika, C. (2023). *Pengaruh Kemudahan Data , Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. 1*(3).
- 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. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Arianto, F. (2023). *PENGARUH FITUR LAYANAN, EASE OF USE DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI E-WALLET DANA (Studi Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)*. 3, 9–16.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Darma, G. P. G. W. W., & Devi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet di Kota Denpasar). *Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(04), 1422–1433. <https://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/9868%0Ahttps://repo.undiksha.ac.id/9868/9/1617051012-LAMPIRAN.pdf>
- 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. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>
- Ferdryawan Jun Mustofan, L. K. (2024). *YUME : Journal of Management Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Persepsi Keamanan , Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan*. 7(1), 856–868.
- Hakim, A., Utari, W., & Hartati, C. S. (2022). *ISSN 2252 – 7451 (Media Cetak) 2622-0946 (Media Online)*. 15(1), 54–61.
- Hari Setiawan Saragih, Andri Soemitra, dan N. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8.
- Hartanto, H., Rosadi, V., & Yosmar, E. A. (2023). Perlindungan Hukum

- Terhadap Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana. *PATTIMURA Legal Journal*, 2(3), 267–279. <https://doi.org/10.47268/pela.v2i3.10582>
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Septyana Luckyta Sari. (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*, 01(2020), 1–16.
- Mariza, M. A., & Khoiri, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Lazada Pada Masyarakat Belakang Padang. *ECo-Buss*, 6(3), 1264–1277. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.799>
- Mawardi, T. F. R., & Budi Prabowo. (2023). *The Influence Of Perceived Benefit, Perceived Convenience And Trust On The Decision To Use The DANA E-Wallet Application (Study On UPN Veterans East Java FISIP Students)*. 4(april 2022), 3733–3741. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/1615/1421>
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472–1481. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1472-1481>
- Pinky Della Angelina Simanjuntak, N. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Kebiasaan Terhadap Penggunaan E-Wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa Di UPN “Veteran” Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6970–6980. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rianto, M. I., & Hapsari, R. D. V. (2022). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Trust Terhadap Loyalitas E-Commerce Lazada. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 155–166. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.2.03>
- Susanti, N. L. P. R., & Dwiana Putra, I. M. P. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, Dan Risiko Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(03), 407. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i03.p05>
- Susanti, S., & Fitriani, S. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna DANA Sebagai Media Pembayaran Pada Marketplace Lazada Menggunakan TAM. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 6(2), 111–117. <https://doi.org/10.31294/ijcit.v6i2.9477>
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.

- Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 263–287. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2329>
- Terhadap, K., & Penggunaan, K. (2020). 1, 2 1,2. 2(2), 157–168.
- Vernadila, R. Y., & Realize. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Sensodyne. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI PERINGKAT*, 4(3), 633–646. <http:jim.unsyiah.ac.id/ekm>