

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, F., Irda, & Utami, W. (2021). Kualitas Layanan Elektronik, Harga Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1).
- Anjeli, R., Putri, D. C. S., Perengki, M., & Soleh, E. (2025). *Penggunaan Cashless di Lingkungan Mahasiswa*. Penerbit Widina.
- 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).
- Asmarina, N. L. P. G. M., Yasa, N. N. K., & Ekawati, N. W. (2022). *Pengaruh Perceived of Use dan Perceived Usefullness Terhadap Niat Beli Kembali*. Pascal Books.
- Chairina, R. R. L. (2019). *Analisis Manajemen Sumber Daya Manusia (Studi Kasus Kinerja Perawat Rumah Sakit)*. Zifatama Jawa.
- Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications*. Springer .
- Damayanti, D., Putro, N. P., & Riauunto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Laku Pandai (Brilink) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widaya Wiwaha*, 2(2).
- Davis, F. (1989). Technology Acceptance Model . *Technology Acceptance Model* .
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA*.
- Farhan, A. (2021). *Akuntansi – Perjalanan Filosofis Akuntansi dari Teori Menuju Praktik*. CV Globalcare.
- Febdiranti, N., Sarwani, & Herawati, A. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ulang OVO di Kota Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Febrianty, P. A. T., Wardana, I. M., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). *Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan dan Kepuasan*.

Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik, Serta Hubungan Timbal Balik. CV. Intelektual Manifes Media.

Ghozal, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis (Edisi ke-7)*. Pearson Education.

Handayani, Hidayanto, A. N., Pinem, A. A., Azzahro, F., Munajat, Q., Ayuningtyas, D., & Hapsari, I. C. (2019). *Konsep CB-SEM dan SEM-PLS Disertai Dengan Contoh Kasus*. RajaGrafindo Persada.

Handayani, M. M., Meryawan, W., Putri, C. I. A. V. N., & Dewi, K. T. (2024). Pengaruh Promosi Online WIB, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Tokopedia di Kecamatan Gianyar. *Jurnal Satyagraha*, 7(8).

Herien, Y. (2023). *Meningkatkan Akseptabilitas Teknologi dalam Pendidikan Keperawatan: Peran Behavioral Intention*. CV. Adanu Abimata.

Hidayat, E. P., & Paramita, E. L. (2021a). Pengaruh Persepsi Keinformatifan, Harga, Kegunaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Go-Food. *E-Journal Manajemen*, 10(8).

Hidayat, E. P., & Paramita, E. L. (2021b). Pengaruh Persepsi Keinformatifan, Harga, Kegunaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Go-Food. *E-Journal Manajemen*, 10(8).

Hovland, C. I., Janis, I., & Kellye, H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.

<http://ojk.go.id>. (n.d.). OJK. [Http://Ojk.Go.Id](http://Ojk.Go.Id).

Hutagalung, U., Sukriah, Y., & Ritonga, N. (2021). The Influence of Perceived Usefulness and Perceived Easy of Use on Intention to Use Gojek Application and Its Impact on Purchase Decision of Gojec Services. *The International Journal of Accounting and Business*.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2020). Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.

- Iriani, S. S., & Andjarwati. (2020). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Eady of Use, and Perceived Risk Toward Online Shopping In The A. *Sys Rev Pharm*, 11(12).
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris*. 2(1).
- Listiawati, R., Vidyasari, R., & Noviasari. (2022). Analisis Minat Penggunaan Berulang E-Wallet Selama Pandemi COVID-19(Studi KAsus di 5 Kota Terdampak COVID-19 di Indonesia). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Perbankan*, 9(1).
- Lubis, D. Y., & Lukman, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Lupioyadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lutfiani, U., Ramadhani, N., Ruslaini, & Albab, U. (2024). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(2).
- Maharani, T., Fatimah, S., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survey Pada Pengguna E-Wallet Shopee). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3).
- Munoz-Leiva, et al. (2017). Determinants of Intention to Use the Mobile Banking Apps: An Extension of the Classic TAM Model. *Spanish Journal of Marketing*.
- Muqodasih, L. D., & Indriastuti, A. (2023). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jurnal Capital Kebijakan Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(2).
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar Structural Equation Model–Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Natalie, T., & Listen, G. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Jurnal Ubd*, 1(1).

- Ningtias, A. S., & Sugiyanto. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-WOM Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen Pada Penggua Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Binsis*, 1(3).
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(5).
- Permana, W., Astuti, E. S., & Suryadi, I. (2012). *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*. Universitas Brawijaya Press.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisman (Bisnis Dan Manajemen)*, 3(1).
- Prasetia, ilham A., & Suwitho. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Prasetia, I. A., & Suwitho. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Prasetiaawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and Social influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia-Pasific Management and Business Application*.
- Priadana, H. M., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pacal Books.
- Putri, N. I., Ghafur, A., & Arifin, Moh. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku PT. Adira Finance Syariah Satellite Balung. *Jurnal Tabbaru': Islamic Banking and Finance*, 7(1).
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Abiwara*, 3(2).
- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nabasah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syaraiah Teori Dan Terapan*, 4.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Gramedia Pustaka Utama.

- Riza, A. R., Soemarsono, P. N., & Mauludin, L. A. (2023). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL VOKASI INDONESIA 2022 - Peran Paten dalam Kemandirian Teknologi di Era Revolusi Industri 5.0*. Airlangga University Press.
- Riztyawan, I. I., Surachman, & Rahayu, M. (2023). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention with Mediation of Perceived Value and Customer Satisfaction: Study on Netflix Application Users. *The International Journal of Social Science World*.
- Ruslan, F., Madjojo Farid, & Astria Nikita. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi Brimo. *Gorontalo Accounting Journal*, 6(1).
- Sandy, K. H., & Bharata, W. (2024a). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas dan Kegunaan terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *YUME : Journal of Management*, 7(1).
- Sandy, K. H., & Bharata, W. (2024b). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas dan Kegunaan terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *YUME : Journal of Management*.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptence Model (TAM)*. Penerbit NEM.
- Sari, T. N., Mulyati, S., & Umiyati, I. (2019). The Effect of Trust, Perceived Ease of Use, Perceived of Usefulness on Intention To Use In Transaction Using Branchless Banking Services (BTPN Wow). *Journal Banking and Finance Innovation*, 1(1).
- Setiyono, T. A., Setyowati, W., Wicaksono, S. D., & Rahayu, S. S. (2023). Analisis Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Berdasarkan Program Laku Pandai dan Inflasi. *Jurnal STIE Semarang*.
- Shafira, A. S., Sunindyo, A., & Kusuma, S. Y. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Soulisa, I. S., & Hidayat, D. S. (2022). *Persepsi Nilai, Kepercayaan, Kepuasan Dan Minat Pasien Berkunjung Ulang Dalam Situasi Pandemi (Studi Pada Puskesmas Pangkah)*.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sukotjo, R. A. K., Bratajaya, K. A., Evin, A. J., & Sosrowiguno, R. S. (2024). *Strategi Pengambilan Keputusan Berdasarkan Akuntansi Perilaku*. SIEGA Publisher.
- Suraatmadja, S., & Recky. (2024). *Metodologi Penelitian untuk Kualitas Riset Terbaik*. Trussmedia Grafika.
- Suryani, D., Ermansyah, & Saipul, A. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan trust terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1.
- Vintiani, S., & Indah, Z. Y. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Ulang Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Wahyuningtyas, Y., & Widiastuti, D. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Kajian Bisnis*.
- Yanti, F. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Agree Media Publishing.