

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz Apriyanda, A., Kunci, K., Konsumen, K., Konsumen, L., Kegunaan, P., Kemudahan, P., & Kredibilitas, P. (n.d.). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan, dan Kredibilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Wallet Dana. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 06, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Hardianti Utari, R., Kartika Pertiwi, T., Studi Magister Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. PERSEPSI BELANJA MENGGUNAKAN APLIKASI E-WALLET (Studi Pada Pengguna E-Wallet DANA di Indonesia). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research. (Printed)*, 5(1). <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>,
- Hawasyi, M. M. H. Al, Sunaryo, H., & ABS, M. K. (2019). Pengaruh Employee Engagement Dan Quality of Work Life. *Jurnal Riset Manajemen*, 1–10.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Jumriani. (2018). Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Kamsir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Kusuma, A. P., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet Di Kota Bandung 2020. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 108–114. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i2.2080>
- Moniq, Kartika, A. C., Angelia, M., Kartika, C., Manajemen, S., Tinggi, I. E., & Surakarta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Data, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Tri Ratna Pamikatsih. *Journal of Management and Social Sciences (JMSSC)*, 1(3), 37–53. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i3.155>
- Mubyl, M., Abidin, A., & Ramadhani, N. M. (2023). *Volume 2 Nomor 4*

Desember 2021 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA MAKASSAR). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/NMaR>

- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. *Economic Education and Entrepreneurship Http://E-Journal.Ivet.Ac.Id/Index.Php/Jeee Pengaruh*, 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 Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Saifuddin, M., Soraya, F., Studi, P., & Niaga, A. (2014). *E-MARKETING DALAM PANDANGAN BISNIS*. 1, 47–52.
- Saunders, A., & Cornett, M. M. (2018). *Financial Markets and Institutions*. McGraw-Hill Education.
- Sudirman. (2013). *Manajemen Perbankan dan Teori Praktik*. Penerbit Erlangga.
- Suharbi, M. A., & Margono, H. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital Indonesia di era revolusi industri 4.0. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4749–4759. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1758>

- Suhendry, W. (2021). MINAT PENGGUNAAN E-WALLET DANA DI KOTA PONTIANAK. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46–56.  
<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Sulaeman, A., Hudiya, F. I., Suhendar, F. R., Khotimah, H., & Mulyani, I. S. (2020). Analisis Lembaga Keuangan Non-Bank Dan Perannya Dalam Perekonomian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 2(1), 142–154.  
<https://ejournal.upi.edu/index.php/JPEI/article/view/50730/20735>
- Valentine. dkk. (2017). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli melalui Sikap Pada Produk Kerajinan Keramik Dinoyo - Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4, 15.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.  
<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Welianto, A. (2019, 12 16). Kompas.com. Diambil Kembali dari Pengertian Industri 4.0 dan penerapannya di Indonesia  
<https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/16/160000169/pengertian-industri-4.0-dan-penerapannya-diindonesia?page=all>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang *E-wallet* pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen) : The Journal Of Bussiness and Management*, 3(1), 72.  
<https://doi.org/10.31857/s0320930x20040088>
- Rahman Azmawani Abd, Asrarhaghighi Ebrahim & Rahman, Suhaimi Ab.2015. Consumers and Halal Cosmetic Product : Knowledge, Religiosity Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*. Vol.6,No.1, Hal 148-163
- Wulan, I., & Jannah, N. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer*. Ekonomi dan Manajemen (JIKEM), 1487-1499.
- Haekal, A & Widjajanta, B (2016). Minat Membeli Secara *Online* pada Pengunjung Website. *Journal of Bussiness Management and Education*, 181-193.
- Nurya Dina Abrilia, T. S. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan tata negara*, 1006-1012.
- Sari, V.N.And Nugroho, M.A.S. (2019) Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Stie Widya Wiwaha*.

- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). Unlocking Indonesia's digital Opportunity. *McKinsey & Company*, 11. [https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Locations/Asia/Indonesia/Our\\_Insight/UnlockingIndonesiasdigitalopportunity/Unlocking\\_Indonesias\\_digital\\_opportunity.ashx](https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Locations/Asia/Indonesia/Our_Insight/UnlockingIndonesiasdigitalopportunity/Unlocking_Indonesias_digital_opportunity.ashx)
- Gumiwang, R. (2018). Fintech Lending, Pinjam Meminjam *Online* yang Makin Menjamur. Diunduh dari <https://tirto.id/fintech-lending-pinjam-meminjam-online-yang-makin-menjamur-cDpo%3e%20%5bDiakses>
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Edisi Keempat*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah, 2013. Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunsn Jurnal Penelitian ANDI : Yogyakarta
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. (2004): Principles of Marketing, 10th edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Winasis, S., Riyanto, S., & Ariyanto, E. (2020). Digital Transformation in Indonesian Banking Industry: Impact on Employee Engagement. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(January)

