

## DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K. Fazizah, A. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Ayo Src, Pembinaan Program Src Dan Keberagaman Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Klontong Di Kabupaten Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4), 912-922.
- Ariesta, anggie. (2021). Transaksi Mobile dan Internet Banking Melonjak 300 Persen di 2021. *Idx Channel.Com*.
- Astuti,O.P. Fazizah, A. (2023). Membangun brand love melalui digital sensory marketing: dimediasi oleh brand experience (Studi pada konsumen J.CO Donuts & Coffe Malang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4): 131–141.
- Bastian, amanullah. (2014). *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking ( Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang )*.
- Cakra, S. D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember. *Performa*, 5(6), 530–538. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1856>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Fazizah, A. Agustin, N. F. (2023). Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan AKuntansi* 3 (3), 137-152
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (kelima). Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7th ed.).

Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat (Dengan Program SPSS 25)* (IX).

Badan Penerbit Undip.

Herawati, M., & Mukhsin, M. (2023). Di Provinsi Bengkulu. *BISNIS Dan*

*MANAJEMEN*, 13, 155–165.

Iriani, S. S., & Andjarwati, A. L. (2020). Analysis of perceived usefulness,

perceived ease of use, and perceived risk toward online shopping in the era of Covid-19 pandemic. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12), 313–320. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.12.50>

Jaya, i made laut mertha. (2021). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif* (cetakan ke). QUADRANT.

Jogiyanto. (2003). *Sistem Teknologi Informasi* (Andi (ed.)).

Kloter, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing Global Edition*. England : Pearson Education Limited.

Kloter, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). England : Pearson Education Limited.

Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking ( Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia ( BRI ) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.

Laras, A. (2023). Jumlah Pengguna Mobile Banking Mandiri, BRI, BCA, dan BNI Jumbo, Siapa Teratas? Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul “Jumlah Pengguna Mobile Banking Mandiri, BRI, BCA, dan BNI Jumbo, Siapa Teratas?”, Klik selengkapnya di sini: [https://finan. Bisnis.Com](https://finan.Bisnis.Com).

Mentari, R. C. P. (2016). Pengaruh Perceived Risk Dan Perceived Quality Malang Rr Charisma Putri Mentari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Dosen Pembimbing : Dimas Hendrawan ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel perce. *Jurnal*

*Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 4(2), 1–14.

M Sulhan, Wahyu Astutik, Dodik Wahyono, Muhammad Arifin, Moh Mukhroji.( 2021). The Influence of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage and Company Performance. *Small Business International Review*, 10.26784/sbir.v7i1.547.

Miftahul Huda, Muhammad Fu'ad, Nabila Eka Fitri Azzahra, Nofa Prihastuti.( 2021). MSMES Competitiveness Strategies During Covid 19 Pandemic Using Technoprenurship Approach. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 10.29408/jpek.v5i2.4573.

Permatasari, B. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca. *Journals of Economics and Business*, 2(2), 1–16. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i2.112>

PT. Bank Centra Asia, T. (2018). Profil Perusahaan. *BCA.Co.Id*.

Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170.

Prihastuti, N. A. (2023). Efektivitas Social Media Marketing Berbasis Digital Content Sebagai Upaya UMKM Go Digital dalam Momentum Pemulihan Ekonomi di Kecamatan Gempol. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 1-9.

Rachman, G. A., Prihatiningrum, R. Y., & Rusniati. (2021). Pengaruh variabel TAM, persepsi risiko, pengaruh sosial terhadap kepuasan dan penggunaan kembali secara terus menerus aplikasi mobile banking bank kalsel. 7(4), 508–520.

Raharjo, S. (2021). Cara Melakukan Uji Linearitas dengan Program SPSS. Spssindonesia.

- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227–232.
- Raza, S. A., Umer, A., & Shah, N. (2017). New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 11(1), 44.  
<https://doi.org/10.1504/ijecrm.2017.10007744>
- Rosadi, M. I., Huda, M., Hakim, L., & Sugiharto, B. H. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa Ma Miftahul Ulum Puntir. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 9(2).
- Rosadi, M. I., Muyasaroh, S., Ahwan, Z., Riswandari, N., Aminuddin, A., & Amelia, R. (2023). Digital Content Optimization for Personal Branding and Increasing Digital Literacy for Students of MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan. *Soeropati: Journal of Community Service*, 5(2), 111-121.
- SS Saputra, A Fazizah. (2023). Pengaruh advertising, e-wom, brand image dan perceived value terhadap purchase decision tiket pesawat online traveloka di Indonesia. *Journal of Management Sciences*, 3 (3), 143-152.
- Subchan Asy'ari, Leo Virgi Setyawan, Abdul Wahid, Miftahul Huda, Achmad Misbah.(2021). customer Satisfaction and Repurchase Intention in Terms of E-Commerce Logistics Service Quality and Recovery Service. Conference Series, 1783 012093.
- Subchan Asy'ari, Leo Virgi Setyawan, Abdul Wahid, Miftahul Huda, Achmad Misbah.(2021). customer Satisfaction and Repurchase Intention in Terms of E-Commerce Logistics Service Quality and Recovery Service. Conference Series, 1783 012093.

- Riadi, M. (2016). Perceived Usefulness - Pengertian, Dimensi, Aspek dan Indikator. *Kajian Pustaka*.
- Sakina, U. R., Studi, P., Bisnis, M., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2023). *Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Flip.Id*.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.
- Siyoto, S., & M. Ali Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. 7(2). Sugiono. (2015a). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D / Sugiyomno*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiono. (2015b). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif* (S. . M. Setiyawami (ed.)). ALFABETA cv.
- Susi Setiawati, C. I. (2024). *Cashless Makin Digemari, Ini 5 Digital Banking Pilihan Warga RI*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240610063016-128-545113/cashless-makin-digemari-ini-5-digital-banking-pilihan-warga-ri>

topremit. (2022). Apa itu Mobile Banking? - Pengertian, Jenis, dan Contohnya.

*Blog.Topremit.Com.*