

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012.
- Aiming, A. J. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko Dan Persepsi Kepercayaan Dalam Menjelaskan Minat Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Rakyat Indonesia Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 9(2), 1-10.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PRADINA PUSTAKA.
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 400-409.
- Ayu, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna:(Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Shopee Paylater). *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis*, 2(01), 60-72.
- Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279-289.
- Cahyo, A. D., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2022, August). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan E-Money ShopeePay (Survei Pada Masyarakat Kota Bandung). In *Bandung Conference Series: Business and Management (Vol. 2, No. 2, pp. 1280-1285)*.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Kurniawan, D. (2020). Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat penggunaan ovo. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 18-28.
- 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), 928-933.

- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169-175.
- Santoso, B., & Zusrony, E. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1), 49-54.
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan keamanan terhadap minat beli konsumen secara online pada situs olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69-82.
- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57-71.
- Syaefullah, S., Setiawan, W., & Maryatih, S. (2023). Minat Menggunakan Fintech Dengan Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, 2(1), 56-68.