

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia &Tri (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.
- AgusAsianto (2019) Riset snapcart tentang 3 besar dompet digital untuk tiga tansaksi, 58% Responden menggunakan brand OVO.
- Andika (2019) Desain antarmuka sistem manajemen puskesmas, SMIKNAS,78-83
- Ambarwati (2019). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Gopay pada mahasiswa Stie Aub Surakarta.*Jurnal bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 88-103
- Almalis (2017) Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, persepsi biaya dan kepercayaan terhadap keputusan masalah dalam menggunakan Permatamobile Smatcx pada Bank Permata di Surabaya. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Barnes, J. G. (2013). *Secerets of Customer Relationship Management*. Jakarta.
- Davis, F. (2019). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*. MIS Quarterly, Vol 13, No 3.
- Engel, Blackwell miniard. (2012). *Perilaku konsumen*. Tangerang: binarupa aksara eujin kim dan suresh tafisina. customer' initial trust in ebussinesse: how to measyre customers initial trsut, *Americas Conference on Information system (AMCIS) (2003): 36*

- Ferdinad (2014) *Metode penelitian manajemen*. badan penerit Universitas Diponegoro.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* edisi sembilan. buku 2 penerbit salemba empat, jakarta.
- Jogiyanto Hartono. 2019. *Teori Portofolio dan analisis investasi* edisi kelima Yogyakarta: Bpfe.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New Jersey: Library of Congress.
- Kotler and Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* di isi 13 jilid Jakarta: Erlangga.
- Kotler. Philip, Amstrong Gary². 013. *Prinsip-prinsip Ppmasaran edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12
- Rumandong, Astri. *Fintech: Inovasi Sistem keuangan di era digital* (Yayasan kita menulis, 2019)
- Rahmawati Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh persepsi manfaat kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet ECONBANK: *Journal of economics and Banking*,2(2), 157-168.<https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.100>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, Leon. & Kanuk, Leslie. 2015. *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall (Alih BahasaRio, Yulihar, dan Reni.

- Schneider, Gary P. (2011). *Electronic Commerce*. 9th ed. boston course technology.
- Sugiyono, 2010 *Statistik untuk penelitian* Bandung: alfabeta
- Sugiyono, 2013 *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Penerbit alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–3
- Tonio & Iman (2021) Analisis pengaruh promosi penjualan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan keputusan penggunaan aplikasi dana. *Jurnal manajemen*.
- Pratama (2020) Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap niat beli pelanggan melalui sikap pelanggan sebagai mediasi pada Tokopedia.com. *Jurnal manajemen* (202)
- Weekly Fintech, (2017). *Fintech Defenition*. Retrieved from *FintechWy*.<https://fintechweekly.com/fintechdefenition>.