

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, I. G. B. P. 2018. “Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 15 (3): 135–53.
- Adiyanti, A. I., & Pudjihardjo, M. (2014). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).
- Aprilia, R.W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3) 399-409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>.
- Aritonang, Y. A. L., dan Arisman, A. 2017. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money.” *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, hal 1–17.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Aziziyah (2021). Peranan Persepsi Manfaat sebagai Mediasi dalam Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan E-commerce pada Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 9 no 1.
- Bangkara, R. P., and N. P. Mimba. 2016. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variable Intervening.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16 (3): 2408–34.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Engel, J. F., Roger, D. B., & Miniard, P. W. (2000). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fatuh, M., & Widyastuti. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Menggunakan

- Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen*
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22182>
 (JIM), 5(4), 1–9.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, G. 2020. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Untuk Menggunakan Mobile Payment Pada Online Shop Di Batam.” *Journal of Sustainable Business Hub* 1 (1): 1–11.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P., & Gunawan, E. (1983). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedua belas. PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, I. T. & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 478–484.
- Lin, Nan-Yong dan Bih-Sya Lin (2007), The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount, *Journal of International Management Studies*.
- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal*

- MyPertamina. (2021). Apa Itu MyPertamina? Retrieved July 1, 2021, from <https://mypertamina.id/about/> MyPertamina. (2021b). Cara Pembayaran Cashless Menggunakan Aplikasi
- MyPertamina. Retrieved July 1, 2021, from <https://mypertamina.id/cara-pembayaran-cashless-menggunakan-aplikasi-mypertamina/>
- Nastiti, N., A. Hartono, and Ulfah. 2020. "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1 (1).
- Nawangasari, S., and N. D Putri. 2020. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmiah Matrik* 22 (1): 55–63.
- Nazirwan, N. M. Halim, and R. Fadhil. 2020. "Peran Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived E-Service Quality, Dan Perceived Risk Terhadap Behavior Intention: Suatu Penelitian Pada Kiosk Tyme Digital." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8 (2): 235–45.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pertamina. (2015). PT PERTAMINA (PERSERO) dan entitas anaknya/and its subsidiaries. Jakarta.
- Pertamina. (2018). Perluas Akses Transaksi Pembelian BBM Secara Non Tunai, Pertamina Gandeng Mastercard. Retrieved June 15, 2021, from <https://pertamina.com/id/news-room/news-release/perluas-akses-transaksi-pembelian-bbm-secara-non-tunai-pertamina-gandeng-mastercard>.
- Pertamina. (2020). Digitalisasi SPBU dan Cashless Payment. Retrieved June 10, 2021, from <https://pertamina.com/id/digitalisasi-spbu--cashless-payment>
- Schiffman, L., Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 26-33.
- Sugiyono, M. P. P., & Kuantitatif, P. (2009). *Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Cet. Vii.

- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan Ecommerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syariah, A. H. Romdhoni, and Ratnasari. 2018. “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4 (2): 136–47.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi2. Yogyakarta: Andi.
- Utami, A. B., and N. T Herawati. 2020. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi NonCash.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2).
- 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.