

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Sudarwanto, T., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. 8(3), 1006–1012.
- Adiyanti., Ika, A. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan EMoney. Univeristas Brawijaya.
- Agustino, Lalu. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet di Kota Banjarmasin. *Jurnal STIE Pancasetia Banjarmasin, Vol. 17, No. 3, Hal. 401-422.*
- 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.*
- Davis. F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(0), 319–340. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2017.08.036>
- Dewi, E., Pambudi, J. E., & Priyatna, E. H. (2022). Minat Menggunakan Dompot Digital Ovo: Kemudahan Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, 1(1), 1-13.
- E-Money OVO : Sejarah dan Fitur Pembayaran.* Diakses pada 11 Maret 2023, dari <https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/>.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

- Luhur, L. E. O. N. A. R. D. A., Askiyanto, M., & Rifa'i, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Penggunaan OVO) Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Maulinda P. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kredibilitas Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express Sistem Cash On Delivery (Cod) (Studi Pengguna E-Commerce Shopee Di Kebumen)*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Putra Bangsa: Kebumen
- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022). *Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung)*. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 185-198.
- Pahlevi, R. (2022). *Survei DailySocial: OVO Jadi Dompok Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat*. Diakses pada 11 Maret 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompok-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Pakarty, B. T. W., Andayani, S., & Pujiyanto, A. (2022, August). *Komparasi Persepsi Manfaat, Persepsi Kompatibilitas, Kinerja Layanan, Minat Penggunaan OVO & LinkAja di Surabaya*. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 321-325).
- 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 Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Putri, E. (2022). *Minat Penggunaan Berulang E-Wallet Ovo Yang Dipengaruhi Oleh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Serta Promosi (Studi Kasus Pada Karyawan PT. Bola Intan Elastic)*. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 135-144.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Penekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tuhepaly, M., & Rismawati, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(6).

