

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, E., Hurriyati, R., Rahayu, A., Wibowo, L. A., Widjajanta, B., & Christianingrum, C. (2024). *Perceived Enjoyment and Perceived Usefulness to Mobile Payment Users Continuance Intention* (Issue Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_68
- Ariqah, H., Meuthia, R. F., & Djefris, D. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived of Risks Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay di Kota Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(1), 184-193.
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i1.644>
- Athiroh, D. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Loyalitas Mahasiswa Sebagai Nasabah Bank Syariah Di Universitas Yudharta Pasuruan* (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta)
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto (ed.); Edisi 1). Penerbit ANDI.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual , Strategic , and Statistical Considerations. 6, 1173–1182.
- Bhattacharjee, A. (2001a). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Chen, I. Y. L. (2007). The factors influencing members' continuance intentions in professional virtual communities - A longitudinal study. *Journal of Information Science*, 33(4), 451–467.
- Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- Fauzi, A. A., Kom, S., Kom, M., Budi Harto, S. E., Mm, P. I. A., Mulyanto, M. E., & Rindi Wulandari, S. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Ghozali, I. (2009). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (edisi 4). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SBM SPSS 21 Update PLS Regresi (P. P. Harto (ed.); edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). Metodologi research jilid 1.
- Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 888-897.
- Irene Chen, The factors influencing members' continuance intentions in professional virtual communities – a longitudinal study, *Journal of Information Science*, (2007): 1– 17.
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 537-554.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2018), Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Buku 1, USA: Pearson Education.
- Kumar, A., Halder, P., & Chaturvedi, S. (2024). Factors influencing intention to continue use of e-wallet: mediating role of perceived usefulness. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*. <https://doi.org/10.1108/xjm-12-2023-0243>
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal bisnis dan Manajemen*, 5(1).
- Lijan P. Sinambela, S. S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik (Monalisa (ed.); Edisi 1). Rajawali Pers.
- Limakrisna, N., & Moeins, A. (2024). *Intelligent Banking Chatbot : Intention to Continue Through Millennial Customer Satisfaction in Indonesia Using the TAM Method*. 4(6), 816–827.

- Lin, Chinho and Watcharee Lekhawipat. 2014. Factors affecting online repurchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 114 (4):597-611.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek.
- Monica, F., & Japariato, E. (2022). Analisa pengaruh perceived ease of use dan melalui perceived enjoyment terhadap behavior intention pada digital payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9-15.
- Mukhra, U. H., Makruf, J. J., Kesuma, T. M., Nizam, A., & Siregar, M. R. (2024). *Mobile Banking dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Syiah Kuala University Press.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nawawi, M. T. & Puspitowati, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Perpustakaan Sebagai Prediktor terhadap Kepuasan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara di Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 320-334. <https://doi.org/10.24912/je.v20i2.163>
- Oktarini, M. A. S., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 227–237. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.32>
- Rufina Pramuditha, Syarifah Hidayah, & Herning Indriastuti. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Safira, S. D., Ernawati, D., & Iqbal, M. (2023). Penerapan Technology Acceptance Model dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Kembali M-Banking Livin by Mandiri. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 11(1), 28-40.
- Sahri, S., Endah, N., & Wuryandari, R. (2023). Pengaruh User Interface dan User Experience pada Customer Satisfaction dan implikasinya pada Intention To Continue To Use Tokopedia. *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(2), 80–88. <https://lenteranusa.id/>
- Salsabilla, S., Kholid, M. N., & Maharani, Y. (2019). Aplikasi Pembelian Tiket Pesawat: Memahami Determinan Niat untuk Melanjutkan Penggunaan. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 57–68.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Indigo Media.

- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Edisi 1). KENCANA.
- Sudrajat, B., Roma Doni, F., & Muhammad Lukman, A. (2024). Kepuasan Pengguna Web Lelang Online XYZ Menggunakan Metode Technology Acceptance Model. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer* , 8(2), 475–484. <http://doi.org/10.33395/remik.v8i2.13492>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Triranita, S. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Pada Layanan Mobile Banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah KSPPS Yaummi MAS Cabang Tayu* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Trisnawati, Ella, Agus Suroso dan Untung Kumorohadi. 2012. Analisis dari faktor-faktor kunci niat pembelian kembali secara online (Studi Kasus pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 19 (2):126-141
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Waruwu, M., Pendidikan, M. A., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). 7, 2896–2910.
- Winayu, N. Y. (2013). Pengaruh kepercayaan, perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap minat menggunakan e-commerce forum jual beli kaskus. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (edisi 2). UPP STIM YKPN.
- Zeithaml, V. (2006). *Service Marketing 6 Integrating Customer Focus Accross The Firm Forth Edition*.