

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Yusuf, Nurul Aulia Dewi, Nada Shofiatul Ula, & Alya Luthfi. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen OVO. *Manajemen*, 11(1).
- Ade Ariani. (2022). Persepsi Mahasiswa IAIN PADANGSIDIMPUAN Tentang Keamanan Layanan *Internet Banking* dalam Transaksi Perbankan Syariah.
- Adiyatma Surya Firdaus, Herman Sjahrudin, Zulfikry Sukarno, & Andi Tenriola. (2021). Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *E-Banking*. 10(1).
- Alfrio, & Sirhan Nazmi. (2021). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tiket Online (Studi Pada Konsumen Pengguna Aplikasi KAI Access)*.
- Alpama Salsabila, & Tri Widarmanti. (2023). Pengaruh *Customer Expectation, Perceived Enjoyment, Perceived Ease of Use* dan *Satisfaction* Terhadap *Online Repurchase Intention* Produk *Secondhand* di Tiktok. *Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 7(2).
- Aulia Septiana Shafira, Aris Sunindyo, & Septian Yudha Kusuma. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRIMO di Kota Semarang. *Lmiah Research and Development Student (JIS)*, 1(2).
- Bayu Nugroho Indriyanto, & I Made Sukresna. (2025). *The Effect of Perceived Tariff and E-Service Quality on Interest in Reuse through E-Wallet Ovo User Satisfaction in Semarang City*. 3(4).
- Candra Dwi Hardiana, & Francois Romario Kayadoe. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan pada STARBUCKS Coffe Grand Wisata Bekasi. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Darma Yanti Lubis, & Sanusi Lukman. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*. *Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2).

- Destriani Lombu, Jernih Mawati Waruwu, Nirwana Br Bangun, & Yochi Elanda. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Kelurahan Teladan Barat Kota Medan. *Dunia Pendidikan*, 4(3).
- Djaali. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (B. S. Fatmawati, Ed.). Sinar Grafika Offset.
- Eureka Shadiba Maharani, Meidiati Sekarsari, & Nazma Riska Zhafiraah. (2024). *The Effect of Convenience and Security on Satisfaction with Customer Interest as Mediator*.
- Farah Fathimah az- Zahra, Dediek Tri Kurniawan, & Adelia Shabrina Prameka. (2024). *The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Social Media Marketing Toward Repurchase Intention Tokopedia Indonesian Consumer Through Customer Satisfaction*.
- Findy Meileny, & Tri Indra Wijaksana. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. 4(2).
- Fred D Davis. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13(3).
- Hafidah Hanum, & Gunarso Wiwoho. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen).
- Hendra Saputra, Adijati Utaminingsih, & D C Kuswardhani. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Mediasi Pada Pengguna Aplikasi Jual Beli Online BukaLapak: Studi Generasi “Z.” *Ilmiah Indonesia*, 9(12).
- Humaidi, Setio Utomo, & Dinda Lestari. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1).

- Ibnu Cahyo Ramdhan, & Tia Chisca Anggraeni. (2022). Pengaruh Promosi, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee. *Ilmiah Multidisplin*, 1(1).
- Imam Ghozali, & Karlina Aprilia Kusumadewi. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Intan Nurul Muslimah. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Variabel *Intervening* Kepuasan Wajib Pajak. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1). <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>.
- Jefri Wandu, Syamsul Bachri, & Benyamin Parubak. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan *Mobile Banking*. *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1).
- Kartika Wulandari. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Iklan Terhadap Minat Beli Knsumen Produk Kosmetik (Studi Pada Pengguna *E-COMMERCE SOCIOLLA*). *EKONOMI DAN BISNIS*.
- Kasimun, Erna Listiana, & Barkah. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan menggunakan CUPK *Mobile* (Studi Pada Anggota CUPK). *Management and Entrepreneurship*, 11(4).
- Limbongan, Y. (2021). *STATISTIKA dan PERANCANGAN PERCOBAAN: Cara Praktis Belajar Teori, Analisis dan Interpretasi Statistika*. PENERBIT UKI TORAJA PRESS.
- Margaretha Oktavia Pranoto, & Gunawan Setianegara. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). 8(1).
- Melisa Trinanda Faisal. (2025). Digitalisasi Perbankan: Keberhasilan Implementasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 5(2).

- Meyrilliana Purba, Samsir, & Kasman Arifin. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana UNIVERSITAS RIAU. *Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1).
- Muhammad Qoes Atieq, & Eva Nurpiani. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Valuasi*, 2(1).
- Nunuk Latifah, Anna Widayani, & Rani Arifah Normawati. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-COMMERCE SHOPEE*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1).
- Nur Istianah Putri, Abdul Ghafur, & Moh Samsul Arifin. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech ADIRAKU PT. ADIRA FINANCE SYARIAH SATELLITE BALUNG. *Islamic Banking and Finance*, 7(1).
- Nur Laila, & Nyoman Trisna Herawati. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan *E-Money* (Studi pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 12(2).
- Nurul Jamiah, Hari Purwanto, & Metik Asmike. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empiris Pada E-Wallet GoPay Di Kota Madiun). *Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 4.
- Prasetia, I. A. (n.d.). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee *Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)* Surabaya.
- Putri Amalia, & Anna Zakiyah Hastriana. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economis*, 1(1).

- Riska Melawati, & Tri Indra Wijaksana. (2020). Pengaruh Fungsi Website, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Bukalapak. *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4).
- Rizky Putra Trihutama. (2020). Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap *Behaivoral Intention To Use* (Studi Pada Pengguna GO-PAY Layanan GO-JEK). *Manajemen Pemasaran*.
- Sahroni, & Khil Wailmi. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Kepuasan Menggunakan Brimo Pada Masyarakat Kalianda. *Management*, 8(1).
- Samsul Rizal, Irwan Abdullah, Vivid Violin, & Eka Wardiana. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Selvi Yani, Usdeldi, & Taufik Ridho. (2024). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI Mobile (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). 6(2).
- Siti Sainang, & Andri Waskita Aji. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna Terhadap Minat Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Menggunakan SHOPEEPAY. *Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1).
- Sri Winda Windiarti. (2020). Keamanan Informasi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
Sudirman, Kondolayuk, M. L., Sriwahyuningrum, A., Cahaya, I. M. E., Setiawan, N. L. S. A. I J., Tandirerung, W. Y., Nusantara, S. R. I D. O., Indrawati, F., Fittriya, N. L., Kurniawati, N. A. I N., Wardhana, A., & Hasanah, T. (2023). *Metodologi Penelitian I* (S. Haryanti, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Tiyas Ayu Setiani. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia dengan Kepuasan sebagai Variabel *Iintervening* (Studi kasus pada BankSyariahIndonesiaKCPEkalonganPemuda).

- Vania Cipta Sari, Jati Handayani, & Teguh Budi Santosa. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Urnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2).
- Wulan Sari. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pembelian Ulang di SHOPEE dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Konsumen Muslim Pengguna Shopee di Wilayah Pekalongan).
- Yani, S., Ridho, T., Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Jl Jambi -Muara Bulian NoKM, U., Sungai Duren, S., Jambi Luar Kota, K., Muaro Jambi, K., Artikel, J., & Kunci, K. (2024). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan BSI *Mobile* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). 6(2).