

## DAFTAR PUSTAKA

- Adestyan, F. M., & Rapida, I. (2022). Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna BSI Net Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Suropaticore Bandung. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 53–61. <https://doi.org/10.32627/maps.v6i1.586>
- Adib, H. S. (2019). Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *Sains Dan Teknoogi*, 139–157.
- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Akrabi, A. N. L., & Noerlina, N. (2023). Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>
- Affandi, M., Suherman, S., & Aditya, S. (2023). Efek Mediasi Brand Trust dalam Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Bukalapak. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1499–1516. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.731>
- Akcesme, G. (2014). The Integrative Model of Organizational Trust as a Framework for Understanding Trust in Government. *Security, september*, 1–47.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Ambika Hapsari, N., & Dwi Indriyanti, A. (2023). Analisis Sentimen pada Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Algoritma Random Forest. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 04(03), 186–192.
- Angela Jessica, P. N., & Octavatiya, A. J., (2023). Perilaku Keuangan Pengguna E-Wallet di Kudus Financial Technology, Demografi, Literasi Keuangan Dan Lifestyle Sebagai Prediktor. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ekobil)*, 2(2022), 8–15.

- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APPJI. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arnas, R. L., & Wiyadi, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 235. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1035>
- Aryana, M. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lazada Pada ....* <http://repository.fe.unj.ac.id/id/eprint/9433>
- Atriani, Lalu Adi Permadi, B. H. R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Averina, R. Y., & Widagda, I. G. N. J. A. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 11, 2019 : 6468-6487, 27 (2), 635–637.
- Azindhani, Z. (2021). Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Media Dompot Digital dan Transaksi di Indonesia. *Jurnal Institut Bisnis Dan Teknologi Indonesia*, 1, 1–5.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus Pada Cv. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *JM*, VOL. 4, NO. 1, MARET 2022, Hal: 39-52, 33(1), 1–12.
- BI. (2024). *BI: Transaksi Digital Mei 2024 Tumbuh 10,82%, ATM Turun 5,41%*. <https://tirto.id/bi-transaksi-digital-mei-2024-tumbuh-1082-atm-turun-541-gZPJ>

- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective. *Internet Research*, 28(2), 456–476. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2016-0359>
- Center, K. I. (2022). *Survei KIC: Gen Z Lebih Pilih Pakai e-Wallet Dibanding ATM Bank*.
- Daffa Wibisono, A., Cahyadi, L., & Penulis, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2.73>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Desi Wahyuningsih, L. N. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 3.
- Editya, S. N., Nikensari, S. I., & Nurjanah, S. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manfaat Penggunaan E-Wallet: Aplikasi Information System Success Model (ISSM). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(05), 649–657. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i05.1182>
- Engko, C., Limba, F. B., & Achmad, A. P. (2023). Menggunakan Layanan Qris Dengan Technology Acceptance Model ( Tam ) Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 4(1), 386–397. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/274>
- Ernawatiningsih, N. P. L., & Arizona, I. P. E. (2022). Analisis Determinan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(2), 131–140. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i2.181>

- Etikaria, G., & Munari, M. (2022). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 640–665.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Felix, R., Ratag, Y., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Tivoli Club House Sidoarjo Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara. *Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI*, 427–470.
- Fernando, L. A. G. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna Gopay (*Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara*).
- Firmansyah, D. (2022). *Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review*. 1(2), 85–114.
- Ginting, D. B., & Setiawan, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Citra Merek, Kepercayaan, dan Atribut Produk terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Snapchat di Kota Bandung. *Media Informatika*, 17(2), 48–65. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i2.10>
- Grimmelikhuijsen, S., de Vries, F., & Bouwman, R. (2024). Regulators as Guardians of Trust? The Contingent and Modest Positive Effect of Targeted Transparency on Citizen Trust in Regulated Sectors. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 34(1), 136–149. <https://doi.org/10.1093/jopart/muad010>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282.

- Gunandi, A., & Kismiantini. (2023). Penerapan Analisis Jalur Pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Indonesia. *Jurnal Statistika Dan Sains Data*, 1, 20–39.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hermelinda, Berlian Afriansyah, U. N. T. (2019). Cultural Aspects Of Cross Border Consumer Behavior: Influence Of Indegenous Culture On Brand Preference. *Jurnal Saintifik (Multi Science Journal)*, 19(1), 25–30.
- Heryanti, A. H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Journal on Education*, 5(3), 8080–8096. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1595>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jannah, R., Rahmawati, Y., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2021). *SHOPEE ( Studi Kasus Santri di Pondok Pesantren Darussalam Bangunsari Ponorogo )*.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Khatib, M. El, Almansoori, A., & Alsuwidi, S. (2024). The importance of Trust in Digital Transformation and SMART Government Initiatives. *International Journal of Business Analytics and Security*, 4(2), 2024. <https://doi.org/10.54489/ijbas.v4i2.350>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay

- Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kuncoro, A., Suwarso, I., P, R. H., & Gunawan, I. (2021). Loyalitas konsumen. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 72–83. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.103>
- Larasati, N. R., Kamase, J., & Arfah, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Minat Bertransaksi Ulang Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 48 Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia. *TATA KELOLA: Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 8(1), 143–169. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata>
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age. *Computers in Human Behavior*, 35(March 2018), 464–478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.022>
- Lisana, L. (2020). Factors influencing the adoption of mobile payment systems in Indonesia. *International Journal of Web Information Systems*, 17(3). <https://doi.org/10.1108/IJWIS-01-2021-0004>
- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Manalu, I. F., Saidani, B., & Aditya, S. (2022). Pengaruh Perceived Security dan Perceived Ease of Use terhadap Intention to Use Dengan Trust sebagai Intervening pada Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 186–197. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.14>
- Mardiatmoko, G. (2021). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression*

*Analysis ( A Case Study of the Preparation of the Allometr ... Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (. September 2020).*

- Marikyan, D.& Papagiannidis, S. (2024). *Technology Acceptance Model*.
- Marini. (2022). pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamann terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi DANA dalam perspektif ekonomi islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(2), 9–25.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Misykatul Adawiyah, Dedi Purwana, N. F. F. (2024). *The Influence Of Financial Literacy And Ease Of Use On The Decision To Use Qris Payment System On Marketing Students Of Smkn 6 Jakarta. 14, 63–65.* <https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001>
- Musdalifah, M., & Hadisaputro, E. L. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Dana. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 4(1), 72–78. <https://doi.org/10.47065/josyc.v4i1.2493>
- Nugraha, D. (2024). *Metodologi penelitian: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan campuran (Issue June).*
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>

- Pendidikan, P., Kompensasi, D. A. N., Kinerja, T., Agustin, P., & Permatasari, I. (2020). Pengaruh Pendidikan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Divisi New Product Development (Npd) Pada Pt. Mayora Indah Tbk. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(2), 174–184. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i2.442>
- Permatahati, I. P., & Djamaris, A. R. A. (2021). Perbandingan Loyalitas Pelanggan Pengguna Top 5 Aplikasi Dompot Digital (Shopee Pay, OVO, DANA, Go-Pay, dan Link Aja) (Studi Kasus Pada Pengguna di Jabodetabek). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(2), 65–74. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2200>
- Ph.D. Ummul Aiman. Suryadin Hasda, M.Kes. Masita, Meilida Eka Sari. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Puspa, S. D., Riyono, J., & Puspitasari, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Konsep Matematis Mahasiswa dalam Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1), 302–320. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v5i1.533>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rakhmanita, A., & Anggarini, D. T. (2020). Dampak Transaksi Pembayaran Go-Pay Bagi Peningkatan Penjualan Pedagang Kecil Menengah Di Pasar Modern Bsd. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 124–128. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8416>



- Rungson Chomeya. (2010). Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6(3), 399–403. <https://doi.org/10.3844/jssp.2010.399.403>
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura : Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JURA/article/download/700/659>
- Setiawan, M. B., & Irawan, B. (2024). Open Access The Influence of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , And Trust on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Quick Response Code Indonesian Standard ( Qris ) In the Working Area of Kpwbi Jember. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) e-ISSN*, 06, 187–193.
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Singh, N., Srivastava, S., & Sinha, N. (2017). Consumer preference and satisfaction of M-wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 944–965. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2016-0086>
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1), 18. <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2018.19396>
- Sucherly, D. A. T., & Oesman, Y. M. (2024). Pengaruh Kepercayaan Dan Social Commerce Jimea | *Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. 8(2), 959–975.

- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue August).
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sulistiyowati, W. (2017). Buku Ajar Statistika Dasar. *Buku Ajar Statistika Dasar, 14*(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Suryatenggara, G. M., & Dahlan, K. S. S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management, 15*(2), 171. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3866>
- Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business, 2*(1), 39–48. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16*(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Syabila, N. A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel. *Diponegoro Journal of Management, 12*, 1–15.
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences, 7*(1), 68–82. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.68-82>
- Teja Kusuma Ramadhan, & Edy Purwo Saputro. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust terhadap Behavioral Intention Pengguna Gopay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6*(6), 518–534. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2856>

- Wahyudi, D., Idris, J., & Abidin, Z. (2023). Tren dan isu penelitian uji-t dan chi kuadrat dalam bidang pendidikan. *Journal Of Mathematics Education*, 4(2), 182–196.
- Wakhida, U. I., & Sanaji, S. (2020). Peran Perceived Usefulness dan Perceived Risk sebagai Variabel Pemediasi pada Pengaruh Perceived Ease of Use dan e-WOM Negatif terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1158. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1158-1174>
- Wati, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). *Perbankan Syariah*, 28. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/31765>
- Wiratama Kadek, & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Akuntansi dan Kompatibilitas terhadap Minat Umkm dalam Menggunakan Aplikasi si APIK. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(01), 58–69.
- Zahratulaini, W. E. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Nilai Pelanggan, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Pos Belakang Padang. *ECO-Buss*, 55(4), 524–530. <https://doi.org/10.1134/s0514749219040037>