

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). 濟無 *No Title No Title No Title*. 4(4), 1–23.
- Amini, A. N., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna E-Money (Survei Pada Pengguna Flazz BCA di Indonesia). *Jambura*, 6(3), 1401–1410. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Ariani, M. (2022). Analisis Intention To Use Mobile Banking Pada Bank Mayora. *Journal of Economics Development Issues*, 5(2), 86–96. <https://doi.org/10.33005/jedi.v5i2.125>
- Asamoah, C. A., Klapalová, A., & Nsiah, T. K. (2024). Digital Transformation in the Banking Sector: Evaluating Continuance Usage Intention. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 18(1), 3332–3342. <https://doi.org/10.2478/picbe-2024-0272>
- Asnaniyah, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 275–302. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>
- Bankuoru Egala, S., Boateng, D., & Aboagye Mensah, S. (2021). To leave or retain? An interplay between quality digital banking services and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1420–1445. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2021-0072>
- Citra, D., Putri, P., & Lutfianti, A. (2024). Peran Teknologi Finansial FinTech dalam Mengubah Layanan Perbankan Tradisional. 2(4), 194–201.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>
- Dang, N. T. T. (2025). The roles of user adaptation and trust in fostering continuance intention toward mobile banking: an extended decomposed theory of plan behavior. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(6). <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025290>
- Dwi Insani, Y., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1), 13–28. <https://doi.org/10.51977/jiip.v2i1.297>
- Faizah, N., & Sanaji, S. (2022). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Loyalitas Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 946–959.
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty INC). *Jurnal Ekonomi*, 1(2), 481–491.
- Fattah Akhsan, K., & Deliyana Firmialy, S. (2024). Analisis Pengaruh Dari Trust, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Relative Advantage

- Terhadap Continuance Intention (Studi Kasus Pada Aplikasi Dana). *Jurnal Ekuilnomi*, 6(2), 301–309. <https://doi.org/10.36985/v0yp0r87>
- George, A., & Sunny, P. (2021). Developing a Research Model for Mobile Wallet Adoption and Usage. *IIM Kozhikode Society and Management Review*, 10(1), 82–98. <https://doi.org/10.1177/2277975220965354>
- Hakeem, G., & Ratnasari, R. T. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use Pada Aplikasi M-Banking Bank Umum Syariah Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 696. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp696-705>
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85–92. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26225>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Jia, H. J., Zhuang, Z. Y., Xie, Y. X., Wang, Y. X., & Wu, S. Y. (2023). Research on Dynamic Capability and Enterprise Open Innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 15(2), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su15021234>
- Keni, K. (2020). How Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use Affecting Intent to Repurchase? *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.680>
- 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>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Lestari, I. A., & Umilah, L. (2022). Persepsi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kemudahan Dalam Bertransaksi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 37–46. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.173>
- Lewis, J. R., & Sauro, J. (2023). Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on UX and Behavioral Outcomes. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 0(0), 1–8. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2260164>
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 223–233. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>

- Maulana, Y., Kurniawan, M., & Putri, R. (2024). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention to Use Pada Pengguna Layanan Qris Bsi Mobile Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. 15(6), 276–284.
- Moorthy, K., Xsin, N. K., Salleh, N. M. Z. N., Ling, P. C., & T'ing, L. C. (2022). Continuance Intention To Use E-Wallets in Malaysia After Outbreak of Covid-19. *International Journal of Applied Business and Management Sciences*, 3(1), 39–64. <https://doi.org/10.47509/ijabms.2022.v03i01.03>
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). PERAN PUBLIC RELATIONS, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN DALAM MENDORONG MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Account*, 7(1), 1259–1268. <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>
- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(3), 259. <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i3.4934>
- Palullungan, D. (2022). Pemodelan Continuance Intention Dalam Kasus Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 15(2), 111–119.
- Panjaitan, I. R., Tri Inda Fadhila Rahma, & Nur Fadhilah Ahmad Hasibuan. (2023). PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pengguna BSI Mobile di Kota Medan). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(11), 4423–4438. <https://doi.org/10.53625/jirk.v2i11.5489>
- Priscillia, M., & Budiono, H. (2020). Prediksi Website Design Quality dan Service Quality terhadap Repurchase Intention Pada Pelanggan Shopee di Jakarta Dengan Customer Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1033. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9888>
- Purwianti, L., Nuzula Agustin, I., Melodya, D., Erlin, E., Erni, E., Maggie, M., & Meliana, M. (2023). Analisa Pengaruh Service Quality, Price, Satisfaction, Trust, dan Product Quality terhadap Customer Loyalty Pada UMKM Morning Bakery Di Kota Batam. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(3), 148–158. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i3.1029>
- Rahayu et al. (2022). *Pengaruh+Perceived+Usefulness+dan+Perceived+Ease+of+Use+terhadap+Continuance+Intention+to+Use+Mobile+Banking+dengan+Trust+sebagai+Variabel+Intervening+pada+Pengguna+Aplikasi+Bank+Jam bi+Mob ile. 1*, 57–67.
- Rahi, S., & Abd Ghani, M. (2021). Examining internet banking user's continuance intention through the lens of technology continuance theory and task technology fit model. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 23(5), 456–474. <https://doi.org/10.1108/DPRG-11-2020-0168>
- Ratu, J. J. E., & Hendayani, R. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh E-Service Quality terhadap Continuance Intention Dengan Perceived

- Trust, Customer Satisfaction, Attitude, dan Effort Expectancy sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi LinkAja di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 102–116.
- Rhamdhani, I. M. (2020). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Continuance Intention terhadap Loyalitas pada Pengguna Mobile Banking. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 167–175.
- Setiawan, S., Dicky, A., & Hellyani, C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Ma Chung*, 4, 271–281. [http://repository.uinbanten.ac.id/id/eprint/9359%0Ahttp://repository.uinbanten.ac.id/9359/3/S_PBS_181420119_Lampiran Depan.pdf](http://repository.uinbanten.ac.id/id/eprint/9359%0Ahttp://repository.uinbanten.ac.id/9359/3/S_PBS_181420119_Lampiran%20Depan.pdf)
- Silalahi, B. S., & Kaunang, F. J. (2022). Analisis Service Quality pada Aplikasi DANA berdasarkan Sudut Pandang Pelanggan di Daerah Bandung Menggunakan Metode Servqual dan Model Kano. *TelKa*, 12(02), 121–133. <https://doi.org/10.36342/teika.v12i02.2957>
- Sito Putri, R. R., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia melalui Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 708. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p708-722>
- Stevani, & Bernarto, I. (2024). the Effect of Performance Expectancy, Perceived Need, Perceived Value and Perceived Ease of Use on Patient Satisfaction and Continuance Intention in the Halodoc Telemedicine Service Application in Jabodetabek in 2023. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 460–471. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.54142>
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2021). Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Dan Trust IN BRAN Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pengguna Kartu XL di Sekolah Tinggi Manajemen Labora). *Jurnal Mitra Manajemen*, 12(2), 85–96.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Triana, N. M. A., & Arif, M. E. (2023). Pengaruh Performance Expectancy, Service Quality, dan Social Influence Terhadap Continuance Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 717–727. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.14>
- Ubaidillah, M. Y., Pramana, E., & Chandra, F. H. (2023). Continuance Intention Pada Aplikasi Mobile Payment Dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(2), 149–161. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.359>
- Venny Setyadi, E., Suarly, R., Handoko, R., & Ali, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention dari Pengguna Pada Layanan M-Payment (Studi Kasus Go-Pay). *Kajian Branding Indonesia*, 2(2), 162–200. <https://doi.org/10.21632/kbi.2.2.162-200>
- Veonnita, R., & Rojuaniah, R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(1), 68–78. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i1.2>