

## Daftar Pustaka

- Adnan, A. 2019. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Visioner & Strategis*.
- Akhnes Noviyanti, 2021. The Effect of Easy Perception, Trust and Effectiveness on Interest Using Financial Technology (Fintech)
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Bank Indonesia, 2017. Rancangan Peraturan Bank Indonesia tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Jakarta (ID): Bank Indonesia
- Books, Data Indonesia. 2022. Jumlah Unduhan Aplikasi Finansial di Indonesia tahun 2022
- Doni Juni Priansa, 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia, Bandung.
- Kotler, P. (2011). Philip Kotler's contributions to marketing theory and practice. In *Review of Marketing Research: Special Issue—Marketing Legends*. Emerald Group Publishing Limited.
- Latifah, S. W. & Komariyah, H (2020). Ease of Use, Service Features and Information Security Risk Against Interest in Transactions Financial Technology.
- Natasha Silvia Novanti (2021) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital DANA
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)* Alfabeta, Bandung
- Umaningsih, W, P & Wardani, D.K (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Keamanan terhadap Niat Menggunakan e-money, 113-119.
- Widya, Gst. Ayu Ketut. 2022. Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Promotion and Service Features to Interest Using Non-cash Transaction E-wallet.