

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p1006-1012>
- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen Kinerja (Ejournal)*, 3(1), Article 1. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/kinerja/article/view/451>
- DANA. (2023, 12 Agustus). Apakah Aplikasi DANA Aman?. DANA.id <https://www.dana.id/corporate/newsroom/apakah-aplikasi-dana-aman>
- Ardana, H. T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.765>
- Argitama, D. K., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Penggunaan Produk GOPAY (Studi Pada Pengguna Aplikasi GOJEK Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26224>

Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54. [https://www.academia.edu/65584579/Pengaruh\\_Persepsi\\_Manfaat\\_dan\\_Kemudahan\\_Penggunaan\\_Terhadap\\_Minat\\_Menggunakan\\_Dompet\\_Digital\\_OVO](https://www.academia.edu/65584579/Pengaruh_Persepsi_Manfaat_dan_Kemudahan_Penggunaan_Terhadap_Minat_Menggunakan_Dompet_Digital_OVO)

Bastian, I. (2007). *Sistem Akuntansi Sektor Publik*. Salemba Empat.

DANA. (2023, 11 Oktober). Apa pun transaksinya selalu ada DANA. DANA.id. <https://www.dana.id/terms>

DANA. (2023, 20 Oktober). Dana (pembayaran). [https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Dana\\_\(pembayaran\)&oldid=24603639](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Dana_(pembayaran)&oldid=24603639)

Davis, G. B. (2016). *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A* (12 ed.). PT. Pustaka Binawan Pressindo.

Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), Article 2. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i2.7499>

DSN-MUI. (2017, 19 September). Uang Elektronik Syariah. DSN MUI. <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/5/>

- Gumiwang, R. (2019, 20 Agustus). Geliat DANA di Bawah Dominasi Gopay dan OVO. Tirto. id. <https://tirto.id/geliat-dana-di-bawah-dominasi-gopay-dan-ovo-egmo>
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Hafiz, M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap niat Penggunaan Mobile commerce (Survey Pada Pelaku Usaha Di Sentra Tanaman Hias Cihideung Kab. Bandung Barat) *Universitas Komputer Indonesia* [https://doi.org/10/UNIKOM\\_21215177\\_MUHAMMAD%20ARIF%20HAFIZ\\_BAB%20IV.pdf](https://doi.org/10/UNIKOM_21215177_MUHAMMAD%20ARIF%20HAFIZ_BAB%20IV.pdf)
- Izzan, A., & Piandi, A. (2022). Konsep Uang Digital Di Aplikasi Dana Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 215–220. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i1.199>
- Jazuli, A. H. (2007). *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*. Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Pearson Education Limited.

- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13. Jilid 1). Erlangga.
- Kusrini, & Yogyakarta, U. A. (2021). *Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Andi.
- M. Smith, J., & Skousen, K. F. (2007). *Akuntansi Intermediate* (Edisi Sembilan). Penerbit Erlangga.
- Mursyidi. (2018). *Akuntansi Biaya* (Cetakan Pertama). Refika Aditama.
- Mustofa, I. (2016). *Fiqih Mu'amalah Kontempore* (Cat ke-I). Rajawali Press.
- Nugroho, R. S. (2022, 8 Juli). Apa Itu Aplikasi DANA Dompot Digital?. IDX Channel.com <https://www.idxchannel.com/>  
<https://www.idxchannel.com/banking/apa-itu-aplikasi-dana-dompot-digital/2>
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1), Article 1.  
<https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/musthofa/article/view/360>
- Riofita, H. (2015). *Perilaku Organisasi*. Cv. Mutiara Pesisir.

- Schiffman, & Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. Perason Prestice Hal.
- Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV. Andi Offset.
- Stefanny, V., & Tiara, B. (2021). Overview Perbandingan Jumlah User Fintech (Peer-To-Peer Lending) Dengan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v9i1.194>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhir, M. (2014). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website Wwww.kaskus.co.id) (Nomor 1) [Journal:eArticle, Universitas Brawijaya]*. <https://www.neliti.com/id/publications/79853/>
- Sutanto, F. Y., & Agustini, M. Y. D. H. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4464>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Ed. ke-2)*. Andi.

- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT. Pos Indonesia Pasar Johar Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26300>
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>
- Wiyono, S. (2005). *Cara Mudah Memahami Akuntansi Pebankan Syariah berdasarkan PSAK dan PAPSI*. PT. Gramedia.
- Yessy, F. N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Dan Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana (Studi Pada Mahasiswa Uin Ril Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *Diploma, UIN Raden Intan Lampung*. <http://repository.radenintan.ac.id/29318/>