

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaron Marcus. *Design. User Experience. and Usability: Design Discourse*. Berkeley: Springer International Publishing. 2015.
- Abdul Mukhid. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing. 2021.
- Abdulfattah, M. Rizky Wady, and Rachmat Rizky Kurniawan. "Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6.1 (2018): 90-106.
- Abrilia, Nurya Dina. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8.3 (2020): 1006-1012.
- Abrilia, Nurya Dina. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8.3 (2020): 1006-1012.
- Afiah, Nur. "Pengaruh Keamanan, Reputasi Dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online." *Jurnal Ekonomidan Pendidikan* 1.2 (2018).
- Akraman, Robbi, Candiwan Candiwan, and Yudi Priyadi. "Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi Dan Privasi Pada Pengguna Smartphone Android Di Indonesia." *J. Sist. Inf. Bisnis* 8.2 (2018): 115.
- Aksami, Ni Made Dwi, and I. Made Jember. "Analisis minat penggunaan layanan e-money pada masyarakat kota Denpasar." *E-Jurnal EP Unud* 8.9 (2019): 2439-2470.
- Alfian Nurlifa. dkk.. "Analisis Pengaruh User Interface Terhadap Kemudahan Penggunaan Sistem Pendukung Keputusan Seorang Dokter." *Jurnal Prosiding SNATIF*. 1.. 2014. Anak Putu Agung. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press. 2012.
- Astir Dwi Adriyani. "Apa Itu Privasi dan Ruang Personal?" 18 Februari 2020. <https://nxgindonesia.or.id/apa-itu-privasi-ruang-personal/>.
- A'yuni, Shafa Giyan, and Dhety Chusumastuti. "Pengaruh User Interface aplikasi Shopee terhadap minat beli masyarakat." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi* 5.1 (2021): 49-58.
- Bagus Eko Dono. *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa*. Bondowoso: Guepedia. 2020..
- Bambang Soebiyanto. dkk.. *Praktik dan Wacana Seputar Persidangan. E-Litigation. di Peradilan Tata Usaha Negara*. Sleman: Deepublish. 2020..

- Bank Indonesia. “Apa itu Uang Elektronik?” 1 Desember 2022. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>.
- Basuki. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia. 2021.
- Bismaranti Nurulita Shauma. Skripsi: “Analisis Pengaruh User Interface dan Usability Terhadap User Experience Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan”. Medan: USU. 2021.
- Ce Gunawan. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Sleman: Deepublish. 2020.
- Dewaweb. “Pengertian *User Interface*. Fungsi dan Karakteristiknya” 7 Juli 2022. <https://www.dewaweb.com/blog/user-interface/>.
- Fahmi Ahmad Burhan. “Pendapatan Melesat 1.459%. LinkAja Ubah Merek Layanan Syariah” Katadata. 22 April 2022. <https://katadata.co.id/happyfajrian/finansial/62637483c6a37/pendapatan-melesat-1459-linkaja-ubah-merek-layanan-syariah>.
- FEBI IAIN Kudus. <https://febi.iainkudus.ac.id/berita-58680-selamat-dan-sukses-atas-pelantikan-dekan-dan-wakil-dekan-1-febi-iain-kudus.html>
- Firdaus, Seilla Nur Amalia. “Analisis Perbandingan Wakaf Uang Dan Wakaf Melalui Uang Di Indonesia.” *Tahkim* 5.1 (2022): 101-120.
- Hoetama, Hendry. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Gopay*. Diss. Universitas Matana, 2020. <https://ppid.iainkudus.ac.id/index.php/selayang-pandang-iain-kudus/>.
- IAIN Kudus. <https://iainkudus.ac.id/>
- Imam Ghozali. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS..* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.
- Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdani. *Technology Acceptance Model. TAM..* Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management. 2021.
- ISO. “Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems” 2010. dan diakses pada 15 agustus 2022. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:en>.
- Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif..* Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu. 2006.
- KBBI Lektur. <https://kbbi.lektur.id/fitur>.
- Kinasih, Bondan Satrio, and Albari Albari. “Pengaruh persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen online.” *Jurnal Siasat Bisnis* 16.1 (2012).
- Kompasiana. “Mass Customization : Pengertian Dan Pendekatan” 24 Juni 2015.

- <https://www.kompasiana.com/delfi.chairia/551852a9a333118207b664ea/mass-customization-pengertian-dan-pendekatan>.
- LinkAja. <https://www.linkaja.id/syariah>.
- Marketing and Consumer Behavior: Concepts. Methodologies. Tools. and Applications*. Hershey PA: IGI Global.
- Meileny, Findy, and Tri Indra Wijaksana. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia." *Jurnal Ecodemica* 4.2 (2020): 201-202.
- Meithiana Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. 2019.
- Moh Toharudin. *Penelitian Tindakan Kelas Teori Dan Aplikasinya Untuk Pendidik Yang Profesional*. Klaten: Lakeisha. 2021.
- Pungky Indra Permana dan Alia Nutrisiany Purnomo. *Pemrograman Web dan Perangkat Bergerak*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia. 2019.
- Putri, Gita Febrila Cahyaningtyas. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Kembali Secara Online."
- Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id>.
- Rahmatika, Ula, and Muhammad Andryzal Fajar. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money: integrasi model tam-tpb dengan perceived risk." *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 8.2 (2019): 274-284.
- Ramadhan, Adi Firman. "Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan e-money." *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13.2 (2016).
- Ramadhan, Ibnu Cahyo, and Tia Chisca Anggraeni. "Pengaruh Promosi, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1.01 (2022): 01-11.
- Robaniyah, Latifah, and Heny Kurnianingsih. "Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo." *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen* 10.1 (2021): 53-62.
- Rochmat Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group. 2016.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen. Teknik. Pendidikan. dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish. 2020.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen. Teknik. Pendidikan. dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish. 2020.

- Slamet Riyanto dan Andi Rahman Putera. *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Sleman: Deepublish. 2022.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta. 2014.
- Sunday Ade Sitorus. dkk.. *Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia. 2022.
- Suputra, I. Dewa Gede Dharma. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Andhika Bayu Pratama1.”
- Suryani, Swastika, and Komsu Koranti. “Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 27.2 (2022): 183-198.
- Theriady, Hans Setiawan, and Dahlia Br Ginting. “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-Banking (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung).” *Media Informatika* 14.2 (2015): 117-141.
- Wikipedia. “Pembayaran Bergerak” 2 Juli 2022.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Pembayaran\\_bergerak#:~:text=Pembayaran%20bergerak%20\(bahasa%20Inggris%3A%20mobile.%2C%20NFC%2C%20dan%20kode%20OTP](https://id.wikipedia.org/wiki/Pembayaran_bergerak#:~:text=Pembayaran%20bergerak%20(bahasa%20Inggris%3A%20mobile.%2C%20NFC%2C%20dan%20kode%20OTP).
- Wirapraja, Alexander, and Handy Aribowo. “Pengaruh Tampilan Antar Muka terhadap Minat Beli Pelanggan M-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Go-Food).” *JURNAL EKSEKUTIF* 18.2 (2021): 87-98.