

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, Ady dan Hari Winarto. “Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan Go Jek,” *Majalah Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 17, No.1 2020.
- Al Qur'an, *Al- Qu'an Transliterasi Per Kata Dan Terjemahan Per Kata*, Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2011.
- Amilia Dan Shinta, “Pendekatan *Theory Rasoned Action* (TRA) Dan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Transaksi Menggunakan E- Money”, *Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 2020.
- Agustin, Hamdi. *Sistem Informasi Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Depok: Pt Raja Grafindo Persada, 2019.
- Andika L, Nadya dan Sudahrto P. Hadi. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pembeli Di *Marketplace Shopee*),” *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 2019.
- Anik S., Niluh. “Pengaruh *E-Commerce* dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berwirausaha *Online* Dalam Perspektif Islam Pada Pedagang Online di Kota Makassar Sulawesi Selatan”, *El- Iqtishod Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 2 No. 1 2018.
- Apriyani, Nuri dan Suharti. “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *Smartphone Xiaomi*,” *Jurnal Manajemen Dewantara* 1, No 1 : 24.
- Ariyanti, Fiki. “Mengenal Dana, Dompot Digital Dengan Tingkat Keamanan Sekelas Perbankan” Januari 13, 2018. <https://M.Liputan6.Com/Bisns/Read/3559895/Mengenal-Dana-Dompot-Digital-Dengan-Tingkat-Keamanan-Sekelas-Perbankan>
- Ayu, Nyoman dan Gege Agung. “Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Kembali,” *E-Jurnal Manajemen* 8, No. 9 2019.
- Basyar, Khoirul dan Sanaji. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” *Bisma-Bisnis Dan Manajemen* 8, No. 2 2016.

- Billeni F., Nabila dan Enang Narlan. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harian Umum Pikiran Rakyat (Studi Kasus Pelanggan Di Kota Bandung), *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)*, 2, No. 3 2018.
- Fajariah, Fathi. “Analisis Pengaruh *Hedonic Value*, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kredibilitas Terhadap Kualitas Layanan Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Dengan Mediasi Customer Value (Studi Kasus Pada Oriflame Produk Lipstik Di Kota Semarang),” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 13, No. 1 2014.
- Franedy, Roy dkk. “Ini Dia Empat Jenis Fintech Di Indonesia” Januari 10, 2018. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180110145800-37-1126/ini-dia-empat-jenis-fintech-di-indonesia>
- Ferry W., Setyo, dkk. “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Perceived Service Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia,” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)* 10, No. 1 2019.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning Dan Strategy*. Jakarta: Penerbit Qiara Media, 2019.
- Fitriana, Onny dan Novellia Utami. *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Fkip Uhamka, 2017.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- <https://www.dana.id/about> Diakses Pada Selasa 27 Juli 2021
- [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Dana_\(pembayaran\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Dana_(pembayaran)) Diakses Pada Selasa 27 Juli 2021
- <http://id.techinasia.com/dana-dan-masa-depan-pembayaran-digital> Diakses Pada Selasa 27 Juli 2021
- <http://www.fintech.id/id/member/detail/2168> Diakses Pada Selasa Juli 2021
- Irmadhani dan Mahendra, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta,” *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia* 1, No 3 2012.
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.

- Kurnia, Zulfa dan Okta Kameli. "Pengaruh Bauran promosi Dan Cita Perusahaan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Vizcake Pekanbaru," *JOM FISIP*, 5, No. 1 2018.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Lie, Geraldly dan Rudy S. Wenas. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sparkle The Organizer Manado," *Jurnal Emba* 5, No. 3 2017.
- Mimin Trisnawati, Olivia dan Syaifuddin Fahmi. "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang)," *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 4, No. 2. 2017.
- Musthafa dan Muhyiddin. Al-Wafi: Syarah Hadis Arba'in Imaman-Nawawi. Jakarta: Qisthi Press, 2014.
- Nisrina F., Selli dan Harry Soesanto. "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Toko *Online* Berrybenka.Com Di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)," *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 13, 2016.
- Nurhadi. "Manajemen Trategi Pemasaran Bauran (*Marketing Mix*) Perspektif Ekonomi Syariah." *Human Falah* 6 No. 2 2019.
- Nuryadi, dkk. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017.
- Padilah, Paishal dan Putu Nina Madiawati. "Pengaruh E-Service Quality, Bauran Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Dana Di Bandung," *E-Procending Of Management* 7, No 2 2020.
- Pebrila, Lisa, dkk. "Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 8, No. 4 2019.
- Prawita, Dika, dkk. "Analisis Price Discount dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi

- Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota Yogyakarta),” *UPAJIWA DEWANTARA* 4 No. 2 2020.
- Priyatno, Dwi. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom, 2010.
- Ramdhani, Gilar. “Dompet Digital Makin Populer Di 2020, Ini Keuntungan Aktif Pakai Dana” Januari 21, 2020. <https://M.Liputan6.Com/Tekno/Read/4160879/Dompet-Digital-Makin-Populer-Di-2020-Ini-Keuntungan-Aktif-Pakai-Dana>
- Riduwan, Daaar-dasar statistika. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Rian Fiona, Dinar. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Jabodetabek).
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Swastha, B., Handoko, H. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Bppfe, 2016.
- Syafitri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Financial Teknologi* (Fintech) Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019),” *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)4*, Oktober 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Service, Quality Dan Satisfaction Edisi Keempat*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2017.
- Wanita, Nur. “Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Bilancia* 10, No. 1 2016.
- Widhi, Agung dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- www.spssindonesia.com diakses pada Kamis 20 Mei 2021