

DAFTAR PUSTAKA

- A. Nooriah Mujahidah. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan.
- Accenture. (2017). Fintech and the Evolving Landscape: landing points for the industry. Accenture.
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes
- Ambarwati, Diyan. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan
- Agustina, R., Gustiana, R., & Budiman, M. R. (2022). Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet GoPay. DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis,.
- Chen, J. (2021, April). Investopedia/Risk Free Rate of Return. Retrieved from Investopedia.com: <https://www.investopedia.com/terms/r/risk-free-rate.asp>
- Davis, F. D. 1986. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," MIS Quarterly
- Davis, Gordon B. 2016. Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar. Seri Manajemen No. 90-A. Cetakan Kedua Belas, Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo
- Deliyana, Rena., Permatasari, Berlentina,. & Sukmasari, Dewi. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. Journals of Economics and Business.
- Dewi, S., & Yanto, H (2021). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Good Corporate GOVERNANCE, Terhadap Pengungkapan Corporate Social Resposinbility. Jurnal Akuntansi Bisnis.
- Effendi, M. A. (2016). The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.

- Eltin, G. Q. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech).
- Ernawati, Nopy, and Lina Noersanti. 2020. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO." Jurnal Ilmu Ekonomi (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Hartono, Jogiyanto. 2016. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. 2019. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Erlangga.Kasiram
- Meileny, Findy & Tri Indra Wijaksana 2020, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia, Ecodemica Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Universitas BSI (Bina Sarana Informatika), <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/7934>
- Nawangsari, Sri dan Sarah Nabila Iswah. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN. Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASTIK).
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- Sekaran, Uma. 2014. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business) Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sumartono. 2002. Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan

Televisi. Bandung: Alfabeta.

World Bank. (2018). World Development Indicator. Washington DC (US).

Retrieved from data.worldbank.org