

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, L. (2021). *Total Transaksi Kartu Kredit Turun 30% Pada 2020*. Databoks.Katadata.Com.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Keuangan/Statistik/5f8d0129f622d7c/Total-Transaksi-Kartu-Kredit-Turun-30-Pada-2020#:~:Text=Nilai Transaksi Kartu Kredit Tercatat Sebesar Rp,Triliun Dari 274%2C7 Juta Transaksi Sepanjang 2020.>
- Angelia. (2022, July). *10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022*. <https://Goodstats.Id/Article/10-Bank-Digital-Paling-Banyak-Digunakan-Masyarakat-Indonesia-Tahun-2022-Hlnlw#:~:Text=Untuk Kategori Aplikasi Bank Digital%2C Bank Jago,Masyarakat Indonesia Pada Tahun 2022 %7C Goodstats>
- Antara. (2024). *Transaksi Perbankan Digital 2024 Tumbuh Pesat*. *Antara News - Kantor Berita Indonesia*.
<https://Www.AntaraneWS.Com/Infografik/4504889/Transaksi-Perbankan-Digital-2024-Tumbuh-Pesat>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://Doi.Org/10.32639/Jimmba.V4i3.121>
- Ariyani, I., & Hermanto, R. (2025). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan, Kenyamanan, Dan Desain Antarmuka Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Blu BCA. *Pragmatis*, 6(1), 52–58.
<https://Journal.Uwks.Ac.Id/Pragmatis/Article/View/4583>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2023). *Digital Marketing Excellence* (6th Ed.). Routledge. <https://Doi.Org/10.4324/9781003009498>
- Darmawan, A. D. (2024). *Data BPS 2024, 21,47% Penduduk Kota Surabaya Masih Anak-Anak*. Databoks.Katadata.Com.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Demografi/Statistik/C97354cd852ed9e/Dat-a-Bps-2024-21-47-Penduduk-Kota-Surabaya-Masih-Anak-Anak>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology [Utilidad Percibida, Facilidad De Uso Percibida Y Aceptación De La Tecnología De La Información Por Parte Del Usuario]. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dewi, R. (2024). Bank Terbesar Di Indonesia. *Koran Tempo Ekonomi Dan Bisnis*.
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2022). *Akselerasi Digitalisasi Sistem Pembayaran Untuk Mendorong Ekonomi Dan Keuangan Digital*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/>

- Djumena Erlangga. (2020). *Diakuisisi, Bank Royal Segera Ganti Nama Jadi Bank Digital BCA*. Kompas. <https://Money.Kompas.Com/Read/2020/05/28/060700026/Diakuisisi-Bank-Royal-Segera-Ganti-Nama-Jadi-Bank-Digital-Bca>
- Dwityas, Riandana, Mijan, Richard, W. (2021). Ewom And Decision Making On The Use Of E-Wallet Application By Indonesian Customers. *International Journal Of Economics & Business Administration*, 4, 181–193. <https://Ideas.Repec.Org/A/Ers/Ijebaa/Vixy2021i4p181-193.Html>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Fatihudin, D. (2020). *METODE PENELITIAN UNTUK ILMU EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI Dari Teori Ke Praktek*. Zifatama@Gmail.Com
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 / Imam Ghozali* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). Word-Of-Mouth Measurement Scale For Eservice Context. *Canadian Journal Of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/10.1002/Cjas.129>
- Habir, M., & Negara, S. D. (2023). *The Digital Transformation Of Indonesia's Banking Sector: Current Trends And Future Prospects*. 78, 1–12.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus. Cetakan I*.
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196.
- Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh, G. (2004). Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Themselves On The Internet? *Journal Of Interactive Marketing*, 18, 38–52. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1094996804700961>
- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Terhadap Keputusan Belanja Pada Aplikasi Digital Cumart Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13725–13733.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V8i3.6455>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing 17th Global Edition* (17th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th, Berilu Ed.).

Pearson Education.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson Education* (16th Ed., Issue 16). Pearson Education.
- Kurniawan, B. W., & Saputra, B. M. (2022). Brand Ambassadors And E-Word Of Mouth Influence On Consumer Satisfaction Through Purchasing Decisions On The Indonesian Marketplace (Brand Ambassador Dan E-Word Of Mouth Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Marketplace I. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8Kurniawan(3), 1967. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/aksara/article/view/1372>
- Lemeshow, S. And David, J. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan (Terjemahan)*. Gadjah Mada University Press.
- Lestari Dan Iriani. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 3.
- Lisnawati, E., Mulyani, R., & Ariyantho, S. (2022). Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Survei Pada Pengguna Shopee Di Pesantren Al-Ma'tuq Sukabumi). *Jurnal Ekonomak*, 8, 25–38.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic Word-Of-Mouth In Hospitality And Tourism Management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi* (3rd Ed.). Salemba Empat.
- Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 6(1), 258–271. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.921>
- Maulidana, S. R., Nugroho, M., & Khajar, I. (2025). Pengaruh E-WOM Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Yang Dimediasi E-Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopeefood (Studi Kasus Gen Z Di Kota Semarang). *Eco-Buss*, 8(1), 645–659. <https://doi.org/10.32877/Eb.V8i1.2894>
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/Tijarah.V4i1.1082>
- Natalia, O., & Tesniwati, R. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722–1730. <https://doi.org/10.46729/Ijstm.V2i5.344>

- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (Ed.); 1st Ed.). Penerbit NEM.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality. *Journal Of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/Jim.V8n3.P818-828>
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (1st Ed.). Alauddin University Press.
- Rizkinaswara, L. (2020). *Revolusi Industri 4.0*. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/Revolusi-Industri-4-0/>
- Sari, M. D., Chaniago, H., & Indira, H. (2025). Efektivitas Diskon Dan Promosi Digital Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Wanita Di E-Commerce Indonesia. *Journal Of Management And Digital Business*, 5(2), 603–623. <https://doi.org/10.53088/Jmdb.V5i2.1833>
- Setianingsih. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Marketplace). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8, 11–23. <https://doi.org/10.32528/Jmbi.V8i1.7744>
- Shevania, & Hwihanus. (2025). Pengaruh Teknologi Keuangan Dan Pengetahuan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Pekerja Di Era Digital Dengan Self- Control Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12).
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 213–222.
- Simatupang. (2024). *Perbankan Digital : Menuju Bank 4.0*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior; Buying, Having, And Being* (13th Ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Suparman. (2023). Melihat Tren Layanan Perbankan Digital Tahun 2024. *Motion Bank*. <https://motionbank.id/melihat-tren-layanan-perbankan-digital-tahun-2024/>

- Tammu, R. G., & Palimbong, S. M. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembeli Online Melalui Shopee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 433–438. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2266>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran : Edisi 4 / Fandy Tjiptono*. 1–373.
- Wang, M. C. H., Jain, M., Cheng, J. M. S., & Aung, G. K. M. (2012). The Purchasing Impact Of Fan Identification And Sports Sponsorship. *Marketing Intelligence And Planning*, 30(5), 553–566. <https://doi.org/10.1108/02634501211251052>
- Wicaksono, M., Diana, T., & Heni, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan M-Banking Mandiri Di Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1090–1103.

