DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, M. (2023). Pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja karyawan di perusahaan X. Jurnal Manajemen Indonesia, 12(1), 45-56Aaker, D. A., & Myers, J. G. (1997). l.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. *Prentice-Hall*

Chen, C. H., & Chang, Y. S. (2013). *The influence of perceived value on consumers' attitudes toward mobile advertising. International Journal of Mobile Marketing, 8(1), 1–12.*

Davis, F. D. (1993). *User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions and behavioral impacts. International Journal of Man-Machine Studies, 38(3), 475–487*

Fadlan, A. (2018). pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). 62(1).

Fatihudin, D. (2020). Metodologi penelitian untuk ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi: Dari teori ke praktik (Edisi revisi). Zifatama Publisher

Riduwan. (2015). Metode dan teknik menyusun proposal penelitian (Edisi ke-6). Alfabeta

Guriting, P., & Ndubisi, N. O. (2006). *Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioral intention. Management Research News,* 29(1/2), 6–15

Habibi, M., & Zaky, A. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. *Jurnal Ilmiah MahasiswaFEB,3*(1),1–16. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1567

Hair, J. F., Hult, G. T. M., *Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). SAGE Publications.*

Hendrawan, S. (2024). *Digital Marketing In The Selection Of Educational Services (Case Study Of Faculty Of Economics And Business Ahmad Dahlan University)*. https://doi.org/10.4108/eai.2-8-2023.2341509

Jogiyanto, H. M. (2017). Sistem informasi keperilakuan (Revisi). Andi.

Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*

Khoirnnisa, N., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Harga dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Berulang dengan Perilaku Pembelian Impulsif Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna GoFood di Kota Bandung). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *5*(9), 3667–3675. https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.848

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.). Pearson*

Maryam, D. (2018). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di sektor perbankan syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(1), 45–58.

Neldi, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pada Pt Samsung. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *1*(1), 46–52. https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.229

Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana*. 1–23.

Noviarni, M. (2014). Pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap kinerja karyawan di perusahaan jasa. Jurnal Manajemen & Bisnis, 12(3), 42–53.

Noviarni, M. (2021). Pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap efektivitas komunikasi perusahaan. Jurnal Teknologi dan Informasi, 19(4), 215–227.

Novitasari, S. D., Supriyanto, B. A., & Sulistyowati. (2020). Persepsi generasi milenial terhadap manfaat mengikuti program pendidikan pranikah bagi ketahanan keluarga (Studi di Daerah Istimewa Yogyakarta). Jurnal Ketahanan Nasional, 26(2), 263–279.

Nugroho, Y. (2023). *Transformasi digital dalam organisasi: Studi kasus dan strategi implementasi. Jurnal Teknologi dan Manajemen, 15(1), 45–60*

Reedy, J., Schullo, S., & Zimmerman, K. (2000). *Electronic marketing: Integrating electronic resources into the marketing process. Dryden Press*

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.*

Sharples, M. (2001). *Supporting collaborative learning: A framework for designing collaborative learning environments. Journal of Computer Assisted Learning*, 17(2), 70–79

Shatina, I. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di sektor e-commerce. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 18(2), 102–115.

Simonson, I., & Drolet, A. (2004). *Anchoring effects on consumers' willingness to*

pay and willingness to accept. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 684–691.

Singasatia, A. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat ulang menggunakan aplikasi *mobile banking*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 13(2), 88–97.

Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing* (7th ed.). Pearson

Sucianti, N. (2020). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa transportasi online di Surabaya. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 18(2), 112–125.

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-3). Alfabeta.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS Quarterly, 27(3), 425–478.

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). *Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. Decision Sciences, 39(2), 273–315*

Yahyapour, N. (2008). *Determinants of usage of information technology: A study on computer usage among university students. World Applied Sciences Journal, 4(2), 210–217.*

Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. *Journal Article*, 1–6.