

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, I. A. W., & Soesanto, H. (2020). Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen GoFood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 19(2), 114–125.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 16(2).
- Burhan, F. A., 2023. *Daftar top 5 bank RI penarik tabungan terbesar, BCA paling atas*. *Bisnis.com*, 22 September. Accessed 25 Nov. 2024.
- Diniah. (2023). *Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 8(2), 409–426.
- Dwipa S, B. (2021). Pengaruh Persepsi Resiko dan Online Customer Review Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Citra Perusahaan Studi Kasus Kaum Millenial Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Elvina. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI*. 9(02), 2799–2805.
- Endriana, T. D., & Purwanto, N. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko penggunaan aplikasi reservasi online Agoda terhadap kepuasan konsumen di Kota Jombang. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 473–480.
- Fadhilah, A. N. (2023). *Faktor Penghambat Dan Pendukung Pembayaran Nontunai Menggunakan Mesin Electronic Data Capture (Edc) Pada Pt . Bumi Nyiur Swalayan Pusat*. 1(2), 48–59.
- Firdaus. (2020). *Aplikasi Informasi Pengaduan Electronic Data Capture Merchant (Edc) Berbasis Web*. 11(1), 17–22.
- Gumati. (2023). *STUDI ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK SIMPAN PINJAM DI BANK EMOK*. 2(April), 115–142.
- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Persepsi kemudahan, manfaat, harga dan kualitas produk terhadap keputusan belanja: Peran moderasi kepercayaan pelanggan. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*.

<https://www.snpariwisata.org>

- Irdana, N., Rahayuningsih, H., & V, M. C. R. (2018). *Akseptasi Pedagang Tradisional Terhadap Penggunaan Mesin EDC Perbankan di Pasar Tradisional Ikon Wisata Belanja di Surakarta*. 2(2), 134–147.
- Irdana, N., Widodo, T., Priyambodo, T. K., & Achjari, D. (2019). *EDC Machine Implementation Model in Traditional Market As Shopping Tourism Icon in Yogyakarta*. 2019, 195–217. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i23.5150>
- Khabibah, N. A., Sully Kemala Octisari, & Agustina Prativi Nugraheni. (2020). CASA, NIM, dan Profitabilitas Perbankan di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(1), 52–71. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i1.90>
- Khairunisa, J., Marpaung, M., & Nasution, A. W. (2020). Strategi Peningkatan “Casa” Dalam Menurunkan Pricing Dana Di Bank Syariah. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1 (1), 25–34. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/219>
- Khasbulloh, R. W., Warnaningtyas, H., Istiqaroh, C. R., & Faujianto, S. A. (2023). *Pengaruh Iklan , Promosi , dan Diskon Terhadap Ketertarikan Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Mesin EDC Merchant Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Madiun*. 12(September), 313–319.
- Khurnia. (2023). *Pengaruh Trust, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam*.
- Kurnianingsih, A., Noviani, L., Retail, M., & Jaya, U. B. (n.d.). *Upaya Meningkatkan Keputusan Merchant Anchor Dalam Menggunakan Mesin EDC Bank XYZ dari penggunaan mesin EDC yaitu : 227–243*.
- Mahmuda, A., & Hermawati, R. (2024). *Anthropos : Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology) Analisis User Experience pada Produk EDC (Electronic Data Capture) BRI Merchant di Kota Jakarta User Experience Analysis on EDC (Electronic Data Capture)*. 9(2), 81–98.
- Mileniumiati, N., Nursanta, E., & Masitoh, S. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Elektronik Ovo. *Jurnal Cahaya Mandalika* ISSN 2721-4796 (online), 227-237.
- Millah, F., Selasi, D., & Vidiati, H. C. (2024). *The Influence of Perceived Ease of Use on the Decision to Use E-Wallets (A Study on E-Wallet Users in the Arjawinangun Subdistrict) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet (Studi Pada Pengguna E-Wallet Di*

Kecamatan Arjawinang. 1, 1–6.

Oematan, M. E., Rahayu, S., & Dyah, J. (2024). The effect of *perceived usefulness* and *perceived ease of use* on behavioral intention mediated by user satisfaction in e-commerce users. *Jurnal Ekonomi*, 13(3). <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

Rafik, A., & Suardhita, N. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian di online shop Tokopedia dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1–10.

Respati, R. (2013). *Pengaruh Persepsi Resiko Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merchant Menggunakan Electronic Data Capture (Edc) Di Pt. Bahana Sysfo Utama Pekanbaru*. 1–11.

Rina Sari, A. F., & Steven. (2022). Pengaruh *perceived ease of use*, brand image, word of mouth, nilai pelanggan terhadap keputusan penggunaan layanan jasa serta dampaknya terhadap loyalitas (Survey pada pelanggan transportasi online Maxim di Kota Pontianak). *Widya Manajemen*, 4(1), 12–20. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1>

Roziq, F., Mursalim, & Arfah, A. (2024). Analisa Strategi Pemasaran Produk Current Account Saving Account (CASA) Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga Pada Bank OCBC NISP Syariah Makassar. *YUME : Journal of Management*, 7(3), 380–396.

Saifullah, A., Rifai, B., & Triantori, V. (2019). *Perancangan Sistem Informasi Layanan Pelaporan Kerusakan Mesin Electronic Data Capture*. 1(2), 41–47.

Saputra, R. A., Fihartini, Y., & Husna, N. (2024). *Influence of Easy , Speed and Security of Transactions on Decision to Use BRI EDC Machine in Indonesia*. 2(03), 1335–1345.

Sepyanty, A., Nasution, P., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *VISA : Journal of Visions and Ideas VISA : Journal of Visions and Ideas*. 4(3), 1556–1560.

Shafira, A. S., Sunindyo, A., & Kusuma, S. Y. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 1(2), 62–74.

Suharto, B., Rahayu, S. A., Kristanto, D., & Mokodongan, A. (2024). *Efektivitas Qris Pada Edc Machine Dalam Closing Bill suatu negara untuk menuju negara yang lebih maju (Buananta dan Christian , 2024 ; Kiki , 2022 ; transaksi tunai . Namun , hal ini dianggap sebagai bentuk cara menyederhanakan proses transaksi yang Seir*. 5, 58–67.

Sulistiyani, A., Apriyanti, A., & Setiawan, H. (2024, September). Pengaruh Persepsi

Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan E Wallet Sebagai Alternatif pembayaran di Starbucks di Madiun. In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 6).

Suryani, D., Ermansyah, & Al Sukri, S. (2021). Pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan trust terhadap kepuasan pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1, 11–19. <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem>

Tobing, Y. A. L., Arifa, M. N., Yuliakartika, W., Akhmad, I., Manajemen, P., Muhammadiyah, U., & Pekanbaru, R. (2024). *Peranan Mesin Electronic Data Capture (EDC) Sebagai Salah Satu Transaksi Pembayaran*. 3(1), 200–207.

Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 686–693.

Utami et al. (2022). *Pengaruh Perceived usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile*. 1, 57–67.

Wijaya, E., & Susilawati, R. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(1), 202–209. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i1.3355>

Yulyanti, A., & Endang Hatma Juniwati. (2022). Pengaruh Spin-off dan Konsolidasi Bank Umum Terhadap Market Share dan Kinerja Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(5), 643–657. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp643-657>