DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Anwar, H., & Wardani, D. (2023). Analisis Penggunaan Fintech Investasi Saham Online Dengan TAM Pada Masa Pandemi. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(3), 193–208. https://doi.org/10.36407/akurasi.v5i3.901

Apriliyani, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *11*(1), 354–362. https://doi.org/https://doi.org/10.23887/bjm.v11i1.95171

Ardana, H. T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompet Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(1), 76–93. https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.765

Badan Pusat Statistik. (2024a). *Kabupaten Buleleng dalam Angka 2024*. Penerbit Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng. Buleleng

Badan Pusat Statistik. (2024b). *Kecamatan Buleleng dalam Angka 2024*. Penerbit Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng. Buleleng

Bisnis.com. (2025a). *Klasemen Aset 10 Bank Digital Terbesar: Jago Pepet Seabank, Superbank Melesat.* Diakses pada 21 Juni 2025. https://finansial.bisnis.com/read/20250523/90/1879215/klasemen-aset-10-bank-digital-terbesar-jago-pepet-seabank-superbank-melesat

Bisnis.com. (2025b). *Laba Bersih Seabank Rp96,74 Miliar, Melonjak 87,5% pada Kuartal I/2025*. Diakses pada 21 Juni 2025. https://finansial.bisnis.com/read/20250520/90/1878372/laba-bersih-seabank-rp9674-miliar-melonjak-875-pada-kuartal-i2025

Bisnis.com. (2025c). *Perbandingan jumlah nasabah bank digital Jago, Allo Bank, cs: Siapa teratas?* Diakses pada 16 Oktober 2025. https://finansial.bisnis.com/read/20250807/90/1900065/perbandingan-jumlah-nasabah-bank-digital-jago-allo-bank-cs-siapa-teratas

Bisnis.com. (2025d). *Simak Strategi SeaBank Genjot Pertumbuhan DPK di 2025*. Diakses pada 21 Juni 2025. https://finansial.bisnis.com/read/20250325/90/1864489/simak-strategi-seabank-genjot-pertumbuhan-dpk-di-2025

Darma, I. G. P. G. W. W., & Devi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Denpasar). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas*

Pendidikan Ganesha, *13*(04), 1422–1433. https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jimat.v13i04.40981

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Ferdinand, A. T. (2013). *Metode Penelitian Manajemen.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.

GoodStats Data. (2023). *Sensus BPS: Saat ini Indonesia didominasi oleh Gen Z*. Diakses pada 16 Oktober 2025. https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv

Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25).* Yogyakarta: Deepublish.

Handayati, P., & Trisnawati, N. (2023). The Intention to Use Mobile Payment during the Covid-19 Pandemic: The Mediating Role of Attitude. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, *11*(01), 42–50. https://doi.org/10.21009/jpeb.011.1.4

IndoPremier. (2025). *Laba Bank Jago melesat 154% di Semester I 2025*. Diakses pada 16 Oktober 2025. https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Laba_Bank_Jago_Melesat_154__di_Semester_I_2025&news_id=469534&group_news=RESEARCHNEWS&news_date=&taging_subtype=ARTO&name=&search=y_general&q=Bank%20Jago&halaman=1

Infobanknews. (2025). *Amar Bank salurkan kredit Tunaiku Rp3 triliun sepanjang 2024*. Diakses pada 16 Oktober 2025. https://infobanknews.com/amar-bank-salurkan-kredit-tunaiku-rp3-triliun-sepanjang-2024/amp/

Investortrust. (2025a). *Ini strategi Krom Bank capai 1 juta pengguna*. Diakses pada 16 Oktober 2025. https://investortrust.id/financial/72054/ini-strategi-krom-bank-capai-1-juta-pengguna

Investortrust. (2025b). *Tumbuh lebih dari 20 juta, SeaBank catat 30% nasabah adalah pengguna bank pertama*. Diakses pada 16 Oktober 2025. https://investortrust.id/financial/75060/tumbuh-lebih-dari-20-juta-seabank-catat-30-nasabah-adalah-pengguna-bank-pertama

Jadmiko, P., Pasha, F., & Najib Razali, M. (2024). Intention to Use on the Use of E-Wallet Link Aja: How Important is Hedonic Motivation? *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, *19*(1), 60–67. https://doi.org/10.37301/jmubh.v19i1.24342

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.

https://people.duke.edu/~moorman/Marketing-Strategy-Seminar-2015/Session%203/Keller.pdf

Khomsatun, S., Salmah, S., Nadia, T., & Taslimah, Z. (2024). Gen-Z Acceptance of Mobile Banking for Sharia Bank : Do TAM- Model , Religiousity Intention , and Security Variables Matter ?. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, *18*(2), 193–223. https://doi.org/10.30993/tifbr.v18i2.359

Kompas.id. (2025). *Ragam fitur hingga integrasi bisnis buka peluang bank digital semakin berkembang*. Diakses pada 17 Oktober 2025. https://www.kompas.id/artikel/ragam-fitur-hingga-integrasi-bisnis-buka-peluang-bank-digital-semakin-berkembang

Kontan. (2025a). *Direktur Bank Neo Commerce (BBYB) beberkan kinerja di 2024, sudah mulai profit*. Diakses pada 17 Oktober 2025. https://keuangan.kontan.co.id/news/direktur-bank-neo-commerce-bbyb-beberkan-kinerja-di-2024-sudah-mulai-profit

Kontan. (2025b). *Jumlah nasabah BCA Digital sudah hampir capai 3 juta*. Diakses pada 16 Oktober 2025. https://amp.kontan.co.id/news/jumlah-nasabah-bca-digital-sudah-hampir-capai-3-juta

Leon, S. (2018). Service mobile apps : a millennial generation perspective. *Industrial Management & Data Systems*, *118*(9), 1837–1860. https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2017-0479

Marey & Purwanto (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia.

Multi, A. S., Sukardi, B., & Asmanto, E. (2024). Adoption of the Technology Acceptance Model (Tam) in Linkaja Syariah Indonesia Digital Payment Service. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, *7*(1), 395–405. https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/16554

Parawansa, Dian A.S. (2024) *Strategi branding*. PT Mafy Media Literasi Indonesia, Solok. ISBN 978-623-8543-25-0

Populix. (2024). *Studi analisis ekosistem dan persepsi terhadap bank digital di Indonesia*. Populix, Juli, 1–35. https://info.populix.co/reports/digitalbanking2024

Prihayudha, E. K., & Soepatini. (2023). Pengaruh perceived of usefulness, perceived ease of use dan perceived risk terhadap intention to use studi kasus pada aplikasi ovo skripsi. *Journal Of Social Science Research Volume*, *3*, 7573–7587.

Putra, I. K. P. M., & Rastini, N. M. (2022). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh E-Wom terhadap Niat Menggunakan Gojek di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *11*(3), 464. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i03.p03

Rilis.id. (2025). Scroll Panjang, Ingatan Pendek? Apa yang Terjadi pada Cara Gen Z Mengingat. Diakses pada 20 Januari 2026. https://rilis.id/Lifestyle/Berita/Scroll-Panjang-Ingatan-Pendek-Apa-yang-Terjadi-pada-Cara-Gen-Z-Mengingat-i0ccufo#google_vignette

Rozikin, A. Z., & Sholekhah, I. (2020). Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank. *Iqtishadia*, *13*(1), 95. https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.6489

Santi, B. N., & Chalid, D. A. (2024). Analysis of the Factors Influencing the Intension to Use Cross-Border QRIS as A Payment Method. *Quantitative Economics and …*, *5*(4). https://jpabdimas.idjournal.eu/index.php/qems/article/view/2750

Saraswati, P. D. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68–79.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education India.

Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment). *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, 151–166.

Sikteubun, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Nurdianasari, R. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Price, Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intentions Pada Produk Private Label. *Diponegoro Journal Of Management*, 11, 1–12.

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Kom, M. I., Tingga, C. P., S Sos, M. M., Sukanteri, N. P., ... & Mutia Ulfah, S. E. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprapto, Y., & Farida. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Trust, Security, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use terhadap Adoption Intention Fintech di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration (JABA) Https://Jurnal.Polibatam.Ac.Id*, *Maret*, 17–26.

Susila, N. D. S. A., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Mobile Banking BCA. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *5*(2), 172–181.

Syarifudin. (2019). *CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN*. Unimal Press.

Tandun, C., & Semuel, H. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image , Brand Trust Dan Economic Benefit Terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi Pt . Sequislife Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–11.

Ulansari, L. P. E., & Yudantara, I. G. A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, *11*(2), 312–321.

Utami, N. W. A. B., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT BRI (PERSERO) TBK (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, *11*(2), 310–319. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/25383

Venkatesh, Viswanath and Morris, Michael G. and Davis, Gordon B. and Davis, Fred D., User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View (September 1, 2003). *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, pp. 425-478, 2003, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=3375136

Wahyudi, S.T. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Malang: Edulitera.

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Binrang

Widyasanti, I. A. H., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *9*(2), 145–154. https://doi.org/10.23887/bjm.v9i2.64250

Winanti, & Fernando, E. (2024). The Role of Brand Image and Trust in the Adoption of FinTech Digital Payment for Online Transportation. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, *10*(1), 126–138. https://doi.org/10.20473/jisebi.10.1.126-138

Yaqin, A., Akramiah, N., & Subagio, D. P. W. (2024). The Influence of Tam and Security Factors on Interest in Using KAI Access For Generation X in Pasuruan. *Agregat: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *8*(2), 199–214. https://doi.org/10.22236/agregat_vol8.i2/15837

Zadha, H. A., & Suparna, G. (2023). The Role of Brand Trust Mediates the Effect of Perceived Risk and Brand Image on Intention to Use Digital Banking Service. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, *7*(01), 161–175.