

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulfattah, M. R. W., & Kurniawan, R. R. (2018). Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 90-1
- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012.
- Adityawarman dkk. (2021). Analisis Keputusan Penggunaan LinkAja Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior Account. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, Vol 8 No 1
- Ahmadi, E. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas, Fitur, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Genuine Parts Di Jun's Motor Surabaya. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(2), 148-156.
- Aldy, R. P. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Al-Jufri, F., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Marketing Public Relations Dan Fitur Layanan Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Aplikasi Tiktok. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Alserhan, B. A. (2010). On Islamic branding: brands as good deeds. *Journal of Islamic marketing*.
- Alvatwa, N. I., Fadilah, M., & Cahyani, P. D. (2021). Citra Merk, Fitur dan Kualitas Produk dalam keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 816-825.
- Anam, C., & El, M. (2018). E-Money (uang elektronik) dalam perspektif Hukum Syari'ah. *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 2(1), 95-112.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten

- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 92-101.
- Bayu, D “Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam” DataIndonesia.id diakses tanggal 24 Desember 2022. <https://dataIndonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Chandra, V dkk. 2021. Pengantar Metodologi Penelitian. Yayasan Kita Menulis.
- Darmawan, D. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Data Mahasiswa <http://siladas.radenfatah.ac.id/index.php/mahasiswa/20212>
- Departemen Komunikasi (1 Desember 2018) “ Mengenal Financial Teknologi”. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Dewi, N. L. G. D. N., & Jatra, M. (2013). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian handphone di kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(2), 248-261.
- Djazuli, A ( 2006) “ Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis”, Cet Ke-3, Jakarta: Kencana.
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 67-80.
- Engel. J.F.,R. D.Black Well And Miniard. W. P .2001. Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi ke-6. Jakarta : Binarupa Akasia.
- Faizah, H., & Masreviastuti, M. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 325-328.

- Fatwa. dsnmui.or.id diakses 15 desember 2022  
<https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/page/4/>
- Ghodang dan Hartono, “Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS”, hal 93
- Ghozali, I .2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Ce. 2020. Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika. Yogyakarta: Budi Utama, 2020.
- Hamdi, A. S., dan Baharuddin, E. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Hardani dkk. 2020. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu.
- Hartono, J. 2018. Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data. Yogyakarta: Andi.
- Hasya, R “ Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022” Goodstats diakses 15 Desember 2022  
<https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Hendryadi, S. 2015. Metode Riset Kuantitatif, Teori dan aplikasi pada penelitian Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Huriyyati, R. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.
- Ismanto, H dkk. 2019. Perbankan dan Literasi Keuangan. Yogyakarta : Deepublish.
- Jumani, Z. A., & Siddiqui, K. (2012). Bases of Islamic branding in Pakistan: Perceptions or believes. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 3(9), 840-848.

- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane .2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.
- Kurniawan, H., Nurwati, S., & Sarlawa, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Keuangan Dan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(1), 50-63.
- Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 1(01), 1-16.
- Link aja syariah “ diakses 23 januari 2023 <https://www.linkaja.id/syariah>
- Linkaja Syariah “Seputar Linkaja Syariah” Linkaja.id diakses 15 Desember 2022 <https://www.linkaja.id/microweb/pojok-syariah/5/perbedaan-layanan-syariah>
- LinkAja Syariah Raih Penghargaan Internasional sebagai Layanan Keuangan Digital Terbaik” LinkAja.id diakses tanggal 24 Desember 2022. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>
- Lusiana, N, Dkk. (2021). Praktik Transaksi Non Tunai Melalui Layanan Syariah Linkaja Pada Ekosistem Keislaman Di Kota Cirebon. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, 15(1), 85-102.
- M. Quraish Shihab. 2002. *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* Vol. 5. Jakarta : Lentera Hati.

- Masrukhin. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu.
- Muhammad Saleh, M. (2020)” Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kualitas Pembelajaran Keuangan Terhadap Penggunaan Fintech Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi Universitas Fajar” Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (Manor) 2(2), 94-105
- Muhammad, R., & Lanaula, R. (2019). Challenges of Islamic Supervisory in The Islamic Financial Technology Industry. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 311-338
- Muhammad, S. 2022. Fiqh Muamalah. Jawa tengah : CV Pena Persada.
- Mulyono. 2018. Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu. Yogyakarta: Budi Utama .
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan keputusan konsumen terhadap produk. *Jurnal hukum islam*, 13(2), 79-87.
- Nurfadhilah Syifa, S., Saripudin, U., & Hadiyanto, R. (2022). Tinjauan Fikih Muamalah dan Fatwa DSN MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Praktek E-Wallet. In *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*. 2(1), 114-121.
- Nurhadi, H., Wahyuni, S., dan Ascarya. 2021. Metode Penelitian ekonomi islam. Media Sains Indonesia.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pahlevi, R “Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat “.Katadata.co.id. diakses 04 september 2022 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, I., & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 111-125.

Pemain bertambah, bisnis fintech syariah semakin merekah. Kabar bisnis.com diakses 10 desember 2022. <https://www.kabarbisnis.com/read/28111760/pemain-bertambah-bisnis-fintech-syariah-semakin-merekah>

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(3).  
Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 104-116.

Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: the Malaysian perspective. *Journal of business & industrial marketing*, 23(1), 59-69.

quran kemenag” diakses 25 Januari 2023 <https://quran.kemenag.go.id/surah/5/90>

quran kemenag” diakses 25 januari 2023 <https://quran.kemenag.go.id/surah/7/31>

Ranto, D. W. P. (2016). Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).

Risal, T., Mirawati, M., & Prabudi, R. (2021). Pengaruh Customer Satisfaction dan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi Atas Penggunaan Islamic Branding terhadap Purchase Intention. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 387-398.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen. Deepublish.

Roestanto, Apriliani. 2017. Literasi keuangan. Yogyakarta : Istana Media.

Safira, M. E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 4(2), 99-110.

- Safira, R. E., & Rahmanto, D. N. A. (2022). Islamic Branding Experience dan Customer Citizenship Behaviour terhadap Keputusan Menggunakan Layanan LinkAja Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1-19.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 226-244
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT.Indeks.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214.
- Sering Tertukar, Ini Bedanya E-Money dan E-Wallet”. Diskominfo Kabupaten Bandung diakses 7 oktober 2022 <https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/43551-sering-tertukar-ini-bedanya-e-money-dan-ewallet#:~:text=Sedangkan%2C%20e%2DWallet%20adalah%20salah.offline%20dengan%20menggunakan%20QR%20code>
- Setiadi, N. J. 2014 . *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*, Edisi pertama, cetak I. Bogor: Penerbit Kencana.
- Shihab, M.Q. 2002. *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* Vol. 3. Jakarta : Lentera Hati.
- Sholihah, U., & Fatwa, N. (2020). “ *Factors Analysis Of Intention To Use Linkaja Syariah In Indonesia*. *Ilkogretim Online*, 19(4), 3460-3467.
- Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. Ojk.co.id diakses 12 Januari 2023 <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>

- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(2), 96-103. Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399-409.
- Siyoto, S., dan Sodik, A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Administrasi. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sun, S., & Lestari, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan (Financial Literacy), Pengetahuan Investasi (Investment Knowledge), Motivasi Investasi (Investment Motivation) Dan Pendapatan (Income) Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(03).
- Sunyoto, D. 2013. Perilaku Konsumen : Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Surat Edaran ojk” diakses 21 januari 2023 <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20%20Literasi%20Keuangan.pdf>
- Suryana, Y. 2014. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Suryani, T. 2012. Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran Jakarta: Graha Ilmu.
- Temporal, P. 2011. *Islamic branding and marketing: Creating a global Islamic business*. John Wiley & Sons. Asia) Pte. Ltd. Solaris Tower, Singapore.



- The Global Islamic Fintech (GIFT) Report 2022” Dinar Standart diakses 10 Desember 2022 <https://www.dinarstandard.com/post/global-islamic-fintech-report-2022>
- Tjiptono, F. 2002. *Stratetegi pemasaran*. Yogyakarta : penerbit Andi.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)*, 5(3), 113-119.
- Wasiaturrahma Dkk .(2019). *Fintech dan Prospek Bisnis Koperasi Syariah*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Herlinawati, L., & Krisnawati, A. (2021).
- Wulandari, D “ LinkAja Kembangkan Layanan Syariah di Palembang” *Bisnis.com* diakses 30 Desember 2022 <https://finansial.bisnis.com/read/20200514/563/1240628/linkaja-kembangkan-layanan-syariah-di-palembang>
- Yudha.A .T. R. C, dkk. 2020. *Fintech Syariah Teori Dan Terapan, Menelaah Teori, Model Bisnis dan keuangan Syariah Di era Revolusi Industri 4.0* .Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Yudha.A .T. R. C, dkk. 2021. *Fintech Syariah dalam Sistem Industri Halal, Teori dan Praktik*. Aceh : Syiah Kuala University Press
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 145-154.
- Yusuf, M. 2017. *Metode Penelitian, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Putra.
- Zustika, A. F., & Fageh, A. (2022). Analisis Dompert Digital “Link Aja Syariah” dari Perspektif Masalah Mursalah. *Islamic Economics Journal*, 8(1), 25-33.