

DAFTAR RUJUKAN

- Adiutama, I. M. R. W. dan S. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kegunaan Yang Dirasakan , Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Niat Berbelanja Kembali Pada Situs Tokobagus.Com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(10), 2815–2832.
- Aliyya La Aba, W. (2018). *Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (e-money) t-cash sebagai Alat Transaksi pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/6193/>
- Amartya, M. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan ShopeePay*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/31046>
- Apriliana, R. M. (2020). *Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay Perspektif Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*.
- Arani, N. Z. (2021). *ShopeePay Bantu UMKM Denpasar & Sekitarnya Bangkit di Tengah Pandemi*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5856031/ShopeePay-bantu-umkm-denpasar--sekitarnya-bangkit-di-tengah-pandemi>
- Auliya, N. (2018). *Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan E-Ticket di Yogyakarta*. 1–10.
- Azwar. (2012). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bintarto, E. (2018). Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Mendongkrak Ekonomi Kerakyatan. *Call For Essays*, 1–77.
- Davis, F. . (1989). *Information Technology Introduction*. 13(3), 319–340.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen 5 ed*. Semarang : FakEkonometrika dan Bisnis Undip.
- Genady, D. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)* (Issue 11140850000042).
- Ghozali, I. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung. *Journal Of Applied Economics, Volume 4 N*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMB SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hidayanti, S. dkk. (2006). *Operasional E-money*. Jakarta : Bank Indonesia.
- Indahyani, K. (2021). *Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (ShopeePay) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha)*. <https://repo.undiksha.ac.id/6819/>
- Ismanto, H. dkk. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kompas.com. (2022). *Kini ShopeePay Bisa Digunakan di Semua Kode QRIS untuk Segala Transaksi, Ada “Cashback” 30 Persen*. <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2022/04/06/193000026/kini-ShopeePay-bisa-digunakan-di-semua-kode-qris-untuk-segala-transaksi-ada>
- Latief, F., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Lubis, A. I. (2017). *Akuntansi Keperilakuan : Akuntansi Paradigma*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mustafa EQ, Z. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumenasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). *Literasi Keuangan*. 2013. Retrieved February 20, 2022, from www.ojk.go.id
- Palupi, A. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kecamatan Beji Dan Sukmajaya Kota Depok Anastasia*. 1–10.
- Palupi, D. H. (2021). *ShopeePay, E-wallet yang Langsung Melesat dan Paling Diingat*. <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/ShopeePay-e-wallet-yang-langsung-melesat-dan-paling-diingat>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
- Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. A. I. (2019). Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Bali: Studi Kasus Pada Hipmi Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 90. <https://doi.org/10.38043/jimb.v4i1.2154>
- Prasetya, I. G. B. I., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan Dan Daya Tarik Promo Terhadap Minat

- Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148–158.
- Putri, N. K. R. D. dan I. M. S. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik di Kota Denpasar. *E-Akuntansi Udayana*, 30(2), 540–555.
- Rahayu, N. K. S. (2021). *Determinan Keberterimaan Sistem Pembayaran ShopeePay Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan* <https://repo.undiksha.ac.id/6806/>
- Rohman, A. F. K. (2020). Analisis Minat Dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Pada Layanan Aplikasi OVO Di Kabupaten Jember Menggunakan Metode UTAUT 2. *Skripsi Unmber*. [http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98241/Ahmad Feril Kholifur Rohman - 152410101123%28marked%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98241/Ahmad_Feril_Kholifur_Rohman_152410101123%28marked%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Safira, M. E. dan S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 99–110.
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis. 3 ed.* Jakarta :Salemba Empat.
- Saputri, L. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).
- Shopee, H. (2018). *Apakah yang dimaksud dengan ShopeePay ?*
- Sofuroh, F. U. (n.d.). *ShopeePay Jadi e-wallet dengan Perkembangan Terpesat Selama Pandemi.* 2020. Retrieved February 12, 2022, from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5126471/ShopeePay-jadi-e-wallet-dengan-perkembangan-terpesat-selama-pandemi>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan Belas.* Bandung : Alfabeta.
- Sukma Convert. (n.d.). *Bagaimana Sejarah dan Layanan ShopeePay Serta Apa Saja Kelebihan dan Kekurangannya.* 2020. Retrieved February 12, 2022, from <https://www.sukmaconvert.com/apa-itu-ShopeePay/>
- Threestayanti, L. (2020). *Begini Komitmen ShopeePay untuk Keberlangsungan Bisnis UMKM Indonesia.* <https://infokomputer.grid.id/read/122254248/begini-komitmen-ShopeePay-untuk-keberlangsungan-bisnis-umkm-indonesia>

Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 Tentang Unit Mikro, Kecil dan Menengah.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>

Wiratama, K. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Akuntansi dan Kompatibilitas Terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan Aplikasi SI APIK.* <https://repo.undiksha.ac.id/6881/>

Wiratmini, N. P. E. (2020). *Waduh, Digitalisasi Transaksi di Buleleng dan Klungkung Paling Rendah Se-Bali.* <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20201222/537/1334074/waduh-digitalisasi-transaksi-di-buleleng-dan-klungkung-paling-rendah-se-bali>

Yahyapour, N. (2008). *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System ; Case of Iran.* Lulea University of Technology.

