

## DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging LINE Di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Agarwal, R. and Karahanna, E. 2000. Time flies when you're having fun: cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS Quarterly*. (24)4. 665-694.
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784-793.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Artani, P. (2023). Determinan Keberterimaan Sistem Pembayaran Gopay Pada Aplikasi Tokopedia. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Aurel, V., Abdurrahman, A., & Indriya, F. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Risk dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay. *SEIKO: Journal of Management & ...*, 6(1), 48–61. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3410>
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 4(2), 84-105.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. 13(3). 319-340.
- Davis, F.D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal Management Machine Studies*.38. 475-487.
- Featherman, MS. & Pavlou, PA. (2002). Predicting E-Service Adoption : A

- Perceived Risk Facets Perspective. Eighth Americas Conference on Information Systems. Hlm 1034-1046.
- Fifaldyovan, M. I., & Supriyanta, S. (2021). DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN FINTECH. MUARA: Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional, 4(2).
- Gazali, H. (2019). Islam Untuk Gen Z. Wahid Foundation.
- Ghozali, Imam, 2007, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghassani, N. (2019). Pengaruh Trust Dan Perceived Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen Traveloka). Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan), 4(1), 30-43. Gu, J., Lee, S., Suh, Y. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. Expert System with Application. 36 (9), 11605-11616.
- Gu, J., Lee, S., Suh, Y. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. Expert System with Application. 36 (9), 11605-11616.
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2020). Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-Wallet. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 10(2), 223-236.
- Heryanta, J. (2019). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Actual Use Pengguna GO-JEK Indonesia dengan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Innovation Diffusion Theory (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Hidayati, Siti. (2006). Kajian Operasional E-Money. Jakarta : Bank Indonesia.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan pengguna e-wallet menggunakan UTAUT 2 (Studi kasus). Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi | Vol, 9(3).
- Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2019). Analisis Data Statistik Parametrik. Edisi Pertama. Medan: Kita Menulis
- Inggiharti, N. (2020). Pengaruh Electronic Wallet terhadap Kegiatan Keuangan Indonesia (Perbandingan Aplikasi Electronic Wallet Milik Perusahaan

- Financial Technology terhadap Aplikasi Electronic Wallet milik BUMN). *University Of Bengkulu Law Journal*, 5(1), 74-88.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust, dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-29.
- Kurniawan, T. A., & Endahjati, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberterimaan Penggunaan Uang Digital di Masyarakat Kota Yogyakarta Dengan Menggunakan Model TAM. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 13(2), 1-10.
- Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.
- Meida, L., & Trifiyanto, K. (2022). Pengaruh Perceived Trust dan Perceived Risk Terhadap Behavioral Intention dengan Perceived Ease of Use sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(2), 217–232. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i2.92>
- Nenandha, N. (2022). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan risiko terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611-676.
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 1-9.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson. (1999). "Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran". Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016a). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat

- Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Pradono, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet Pada Konsumen Marketplace di Semarang Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam).
- Punwatkar, S., & Verghese, M. (2018). Adaptation of E-Wallet Payment: An Empirical Study on Consumers' Adoption Behavior in Central India. *International Journal of Advanced in Management, Technology and Engineering Sciences*, 8(Iii), 1147–1156.
- Qulub, A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bosnis Islam UIN Walisongo
- Rahayu, N. Ka. S. (2021). Determinan Keberterimaan Sistem Pembayaran Shopeepay Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha). 5(3), 248–253.
- Rahma, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Kepercayaan dalam Menggunkan E-Wallet (electronic wallet) di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengguna E-Wallet ShopeePay di Yogyakarta). 33(1), 1–12.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Saraswati, P. D. S. (2020). Determinan minat penggunaan e-wallet OVO pada transportasi online Grab (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Saraswati, I. G. A. A. P., & Rahyuda, I. K. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(02), 61. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i02.p02>
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using



- Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 21(1), 1–9.
- Sinaga, O. S., Krisna Marpaung, F., Dewi, R. S., Sudirman, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Agung, S. (2021). Kontribusi perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use aplikasi JAKET. *Insight Management Journal*, 1(3), 86–94. <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. 1–9.
- Sugiyono. 1997. “Statistik Untuk Penelitian.” Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D, Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung, Indonesia: Alfabeta
- Sugiyono. 1997. “Statistik Untuk Penelitian.” Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S., & Fitriani, S. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna DANA Sebagai Media. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 6(2), 111–117.
- Syauki, W. R., & Avina, D. A. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 42-60.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Trihutama, R. P. (2018). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Behavioral Intention To Use (Studi Pada Pengguna GO-PAY Layanan GO-JEK). In *Energies* (Vol. 6, Issue 1). <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.201>

8.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8

- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25-35.
- Vijayasathy, Leo R. 2003. Predicting consumer intentions to use on-line shopping: The case for an augmented technology acceptance model. *Journal of Information dan Management*. 41. 747-762.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., Puspita, A. 2018. Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*. 5 (1). 34-42.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).