

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. Gramedia.
- Al-Fahim, N. H., Jamaliah, W., & Jusoh, W. (2016). An examination factors influencing the intention to adopt internet banking among SMES in Yemen: Using an extension of the technology acceptance model (TAM). Dalam *Article in The Journal of Internet Banking and Commerce*. <http://www.icommerceland.com>
- Alt, R., & Puschmann, T. (2012). The rise of customer-oriented banking – Electronic markets are paving the way for change in the financial industry. *Electronic Markets*, 22(4), 203–215. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0106-2>
- Amilia Esthiningrum, & Sari, S. P. (2019). Pendekatan Theory Rasoned Action (TRA) dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money. *Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0*, 6(2), 163–172.
- Arnaldi, M. (2014). Four Factor Psychologies as Executive Function to Increase Interest of Learning. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 112, 503–509. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1195>
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution of *Fintech*: A New Post-Crisis Paradigm? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- BPS. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng. <https://bulelengkab.bps.go.id>
- Chuang, & Min, L. (2016). The Adoption of *Fintech* Service: TAM Perspective. *International Journal of Management and Administrative Science*, 3(7), 01–15.
- Databoks. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Fanny Novika, P., Septivani, N., & Made Indra, I. P. (2022). Illegal Online Loans Become A Social Disaster For The Millenial Generation. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1174–1192. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fielnanda, R., Subhan, S., & Nurul Faizal, E. (2020). *Nurul Faizah, E., Subhan, S., & Fielnanda, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen, dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin St. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.
- Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan e-Money Indomaret Card di

- Pontianak. *Techno.Com*, 16(4), 401–410.
<https://doi.org/10.33633/tc.v16i4.1515>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harahap, B. A., Idham, B., Cinditya, A., Kusuma, M., & Rakhman, R. N. (2014). *Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (Cbdc) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter Dan Makroekonomi*.
- Hartanto, R., & Ramli, J. P. (2018). Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Peer To Peer Lending. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 25(2), 320–338.
<https://doi.org/10.20885/iustum.vol25.iss2.art6>
- Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, & Hantoro Arief Gisijanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(03), 01–09. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan: Pendekatan Rasio Keuangan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Jiwasiddi, A., Adhikara, C., Adam, M., & Triana, I. (2019, April 17). *Attitude toward using Fintech among Millennials*. <https://doi.org/10.4108/eai.26-1-2019.2283199>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Juanda, A. R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Universitas Islam Negeri AR-Raniry.
- Kim. (2008). An Empirical Study On The Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating the Relationships Among Perceived value, Satisfaction and Trust Based on Customer Perspective. *Journal of Elecronics Commerce in Organization*, 6(3), 1–19.
- Kit Lui, H., Jamieson, R., & Kit, H. (t.t.). *Association for Information Systems Integrating Trust and Risk Perceptions in Business to Consumer Electronic Commerce with Technology Acceptance Model Recommended Citation Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model*.
<http://aisel.aisnet.org/ecis2003/60>
- Kurniawan, T. A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(2), 151–160.
<https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>
- Laksana, G. B., Siti, E., Rizki, A., & Dewantara, Y. (2015). Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 26, Nomor 2).
- Mahmud, M. D. (1989). *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Terapan*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
http://slims.unib.ac.id/index.php?p=show_detail&id=20093
- Mauludiyahwati, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap*

- Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id). Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2), 55–60. <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran *Fintech* Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nurani, N. A., & Bandung, P. N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Financial Technology P2P Lending Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Bandung) The Effect of Perceived Ease on Students's Interest in Using Financial Technology P2P Lending During Pandemic (Case Study on Bandung City College Students) Riauli Susilawati. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3(2), 183–193.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (*Fintech*) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. Dalam *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Nomor 2). <https://www.bi.go.id>
- Nurhayani, Tugi Prihatma, G., & Syaqqillah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Serang Raya. *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/10.30656/jumpa.v1i2.6116>
- Nurul, M., & Ningrat, R. G. (2019). Adopsi Teknologi Muslim, Sikap, Dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam Menggunakan Financial Technology. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2), 155–175. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.958>
- Octaviani Wulandari, C., & Novi Yushita, A. (2017). Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta) Effect Of Usefulness, Easy Of Use And Risk Perception Of Interest In Transaction Using Internet Banking. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 1, 1–17.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–29. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. Dalam *International Journal of Electronic Commerce / Spring* (Vol. 7, Nomor 3).
- Raharjo, B. (2021). *Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/144>

- Rahayu Andista, D., Susilawaty, R., & Ak, S. M. (2021). *Prosiding The 12 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- Rahmawati, C. H. T., & Rivieda, D. U. B. (2023). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (L. Purwoto, Ed.). Sanata Dharma University Press.
- Rahmayani, N. (2018). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology di Indonesia. *Pagaruyuang Law Journal*, 2(1), 24–41. www.hukumonline.com
- Ramandhika, H. E. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Pinjaman Online Kredivo*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Ramayah, T., & Ignatius, J. (2005). Impact of Perceived usefulness , Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online. *ICFAI Journal of Systems Management (IJSM)*, 1–16. <http://ramayah.com/journalarticlespdf/impactpeu.pdf>
- Samudra, A. L., & Suman, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kredit UMKM Serta Dampaknya Terhadap Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 8, 14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6211>
- Schiffman, G. Kanuk, L., & Lazar, L. (2000). *Perilaku Konsumen*. Pearson prentice hall.
- Setiawan, I. (2010). *Akuntansi Keuangan Menengah Jilid Satu (Intermediate Accounting)*. Refika Aditama.
- Setiyawan, R. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online (Fintech) (Studi Pada Aplikasi Akulaku)*. UIN Profesor. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Setyaningsih, T., Murti, N. W., & Nugrahaningsih, P. (2020). Pembiayaan Peer-To-Peer Lending Bagi Umkm : Mengatasi Masalah Dengan Masalah? *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 74–81.
- Sherinadila, A. J. (2020). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Siti Tutik Muntianah*, Endang Siti Astuti*, D. F. A. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 1–26.
- Soemarso. (2004). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Salemba Empat.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (G. Rizky, Ed.). Anggota IKAPI.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26 ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26 ed.).
- Suliantini, K. A., & Dewi, Gst. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Dan Personalisasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Peer To Peer Lending. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(02), 186–194. <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i02.50881>

- Supriyanto, E., & Ismawati, N. (2017). Sistem Informasi *Fintech* Pinjaman Online Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi, teknologi Informasi, dan Komputer*, 9(2), 100–107. <https://jurnal.umj.ac.id>
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wajuba, L., Fisabilillah, P., & Hanifa, N. (2021). Analisis Pengaruh *Fintech* Lending Terhadap Perekonomian Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 1(3), 2721–8287. <https://doi.org/10.31960/ijoei.v1i3.866>
- Yuniarti, V. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer to peer Lending. *J. Chem. Inf. Model*, 53(9), 1689–1699.
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 12, 311–329.

