

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, M. S. (2014). *DAMPAK KEBIJAKAN E-MONEY DI INDONESIA SEBAGAI ALAT SISTEM PEMBAYARAN BARU*. 11080694234, 1–21.
- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan layanan E-money. *Jurnal Ilmu Ekonomi Univeristas Brawijaya*.
- Ahmadi, C. dan D. H. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Andi Offset.
- Andryanto, R. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKO ONLINE (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). In *עלון עניני* (Vol. 66). UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Anisah, L. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN WEBSITE DAN APLIKASI SHOPEE UNTUK BERBELANJA ONLINE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SANATA DHARMA* (Vol. 26, Issue 3). <https://doi.org/10.1007/s11273-020-09706-3><http://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2017.09.008><https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.117919><https://doi.org/10.1016/j.coldregions.2020.103116><http://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2010.12.004><http://dx.doi.org/10.1016/j.jweia.2010.12.004>
- Asmoli. (2019). *PENGARUH RANCANGAN SITUS, HARGA, KEPERCAYAAN, KEAMANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP MINAT PEMBELI UNTUK MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE THE*. Universitas Negeri Jember.
- Budiasuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Darmayanti, N. L. P. R., Purnamawanti, I. G. A., & Prayudi, A. M. (2017). Pengaruh Pendekatan Technology Acceptance Model dan Faktor Sosial Terhadap Penerapan Sistem Informasi Keuangan Daerah Pada SKPD di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 2–10.
- Davis, F. D. (1986). echnology Acceptance Model for Empirically Testing New End- User Information System Theory and result. *Unpublished Doctoral Dissertation MIT*.
- Dewi, P. E. D. M. dan I. P. H. M. (2018). *Akuntansi Koperasi dan UMKM*. Undiksha Press.
- Fani, L. N. Y., Darmawan, N. A. S., & Purnamawati, I. G. A. (2015). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Kemampuan Teknik Pemakai, dan Dukungan Manajemen Puncak Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Studi Empiris pada PT PLN (Persero) Area Bali Utara (Kantor Pusat). *E-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1), 1–12.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, A. (2020). *PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA*

- AKUNTANSI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Harlan, D. (2014). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN RISIKO PERSEPSIAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN E-BANKING PADA UMKM DI KOTA YOGYAKARTA* [Universitas Negeri Yogyakarta]. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Herlan, & Yono. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Persepsi Kegunaan dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filling. *Accounting Journal*.
- Jati Ariwibowo, D. P., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 11–35. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1646>
- Jayani, D. H. (2019). *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. www.Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke-13*. Erlangga.
- Mahmudi, M., & Prastmawati, R. L. (2020). The Effect of Sharia Governance and Customer Relationship Marketing on Muzakki Loyalty. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.26740/jaj.v12n1.p1-17>
- Mauludiyahwati, S. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI RISIKO MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei Pada Konsumen www.lazada). In *יהושע קיייה מים* (Vol. 549).
- Nangi, I., & Sukaatmadja, I. (2015). Pengaruh Aplikasi Tam Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-Commerce Dalam Pembelian Produk Pakaian Dan Aksesoris. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7), 254817.
- Nizar, M. A. (2017). Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive*, V(98486), 15.
- Novalia, P. I. G. A. P. M. A. W. (2019). *PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPUASAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI TERHADAP PENGGUNAAN E-BILLING. 1*, 218–229.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Puspaningtiyas, I. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 22. <http://eprints.ums.ac.id/41633/>

- Rachadian, S. (2012). *Analisis Implementasi E-commerce (Studi Pada Zahra Publishing House)*. Institut Manajemen Telkom.
- Rahayu, A., & Baridwan, Z. (2020). The Influence of Sponsored Post Towards The Urge to Buy Impulsively on The Information Technology System of The Social Media of Instagram. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 11(2), 95-.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GO PAY Dari PT . GOJEK Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia*, 101.
- Rahayu, S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Risiko, dan E-Lifestyle terhadap Minat Beli Secara Online di Situs E-Commerce Lazda.co.id Pada Mahasiswa S1 fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang*. Universitas Andalas Padang.
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online. *Jurnal Admonistrasi Bisnis*, 52(1), 1–7. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE BANK BPD Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Riyono, Astono, A. D., & Novitasari, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Oleh Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Aka Semarang). *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Teraoan*, 10(2017), 61–71.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 237–247.
- Shabrina, N. R., Indriasari, R., & Mappareasa, N. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP NIAT UNTUK BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN SISTEM E-COMMERCE (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako). *Jurnal Akun Nabelo*, 2, 232–241.
- Shomad, A. C. (2012). Kemudahan , dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–20.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatiif, dan R&D*.
- Tangkary, S. (2019). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. Komimfo.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>

- Traver, K. C. L. dan C. G. (2014). *E Commerce Business, Technology, Society* (Tenth Edit). Prentice Hall.
- Utami, Amalia Dwi, A. E. S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Minat Pembeli Untuk Menggunakan Sistem E-Commerce (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>
- Yolanda, A. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2), 1–20.

