

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. <https://doi.org/https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Akhnes Noviyanti, & Teguh Erawati. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>
- Ariqah, H., Fithri Meuthia, R., & Djefris, D. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived of Risks Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay di Kota Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(1), 184–193. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i1.85>
- Arpaci, I. et. al. (2015). *Impact Of Perceived Security On Organisational Adoption Of Smartphones*. Vol.18 No.
- Aryanti, L. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Muamalat Din terhadap Minat dengan Metode Tam pada Nasabah Bank Muamalat Medan. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 5(01), 20–33. <https://doi.org/10.59636/saujana.v5i01.121>
- Baraba, R. A. A., & Mahmudi, M. (2023). Understanding The Millennial Generation Behavior In Using Digital Banking. *Asean International Journal of Business*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.54099/aijb.v2i1.394>
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Menggali Faktor Yang Mempengaruhi Kegunaan. *Jurnal Putra Dan Hayuningtias (2023)*.
- Croteau, Anne Marie, dan Bergeron, F. (2001). “An information technology trilogy: business strategy, Technological deployment and organizational performance.” *Journal of Strategic Information Systems*.
- 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>

- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). Davis1989 (1).Pdf. *Management Science*, 35(July 2018), 982–1003.
- Dawam, B. G. M. (2024). *Bank Digital: Solusi Praktis yang Kian Diminati Masyarakat*. Godstats. <https://goodstats.id/article/bank-digital-solusi-praktis-yang-kian-diminati-masyarakat-mBOZN>
- Dr.Hakim, Lukmanul ., S.H., M. ., & Recca Ayu Hapsari., S.H., M. . (2022). Buku Ajar Hukum Teknologi Keuangan LAW. In *Adanu Abimata* (Issue 0).
- Fatichatur, Y. A. (2019). Fenomena Perkembangan Crowdfunding di Indonesia. *Jurnal Ekonika Universitas Islam Darul'Ulum*, Vol 4, No.
- Fatimah, O. M., & Syamsiah. (2023). Pengaruh Perceived Usefulnesss, Perceived Trust, Perceived Self- Efficacy, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 9(2), 1–15.
- Fong, C. P. C. S. M. W. L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. In *Management Research Review* (Vol. 33, Issue 10). <https://doi.org/10.1108/mrr.2010.02133jaa.002>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27, 51–90. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 51–90. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Ghozali, I. (2009). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.*” UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (edisi 10). Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2018). Trust dan Perceived Usefulnesss dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 223–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.131>

Istiarni, Panggih R. D., and P. B. H. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 3, No. 2, 2014, Pp. 888-897.

Jogiyanto. (2007b). *Sistem Informasi Keprilaku*. Penerbit Andi.

Khadafi, M. (2024). *Kisah Sea Bank, Dibuat Ayah Prabowo & Kini Milik Induk Shopee*. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20240827141430-17-566743/kisah-sea-bank-dibuat-ayah-prabowo-kini-milik-induk-shopee>

Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Indeks.

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.
<https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>

Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security Dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72.
<https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.64-72>

Laras, A. (2023). *Adu Besar Suku Bunga Bank Digital (Blu, Allo, Neo, hingga Sea Bank) Saat Deposito Konvensional Meninggi*. Binsis.Com.
<https://finansial.bisnis.com/read/20230925/90/1698104/adu-besar-suku-bunga-bank-digital-blu-allo-neo-hingga-sea-bank-saat-deposito-konvensional-meninggi>

Lestari, W., Fauji, R., Manajemen Keuangan, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., Buana Perjuangan Karawang, U., & Karawang, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154.

Lukito, S., & Khairunnisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Cashless Society. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 1(2), 107–117. <https://doi.org/10.32524/jia.v1i2.588>

- Maharani, S. A., & Sundari, E. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust dan Security terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: pada Pengguna BRImo di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 161. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2975>
- Mendoza-tello, J. C., Mora, H., & Lytras, M. D. (2018). *Social Commerce as a Driver to Enhance Trust and Intention to Use Cryptocurrencies for Electronic Payments*. 50737–5075. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2869359>
- N., K. N. K., Purwinarti, T., & Mariam, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Gopay. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan MICE*, 10(1), 358–368.
- Nurhayati, S. A., & Arifin, R. (2024). Vol. 13. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2452–2463.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Park, E.J., Kim, E. . (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10 No.
- Peraturan OJK. (2021). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum. *Www.Ojk.Go.Id*, 2, 1–113. <https://sikepo.ojk.go.id/SIKEPO/DatabasePeraturan/PeraturanUtuh/84c36c57-c4bb-4815-9b13-c229>
- Pernando, A. (2023). *Perbanas Ungkap Persaingan Bank Digital, Henggangnya Asing, dan Nasib BPR*. *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20231126/90/1718088/perbanas-ungkap-persaingan-bank-digital-henggangnya-asing-dan-nasib-bpr>
- 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>
- Rahardjo, B., Khairul, I., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 347–356.

- Raman, Arasu & Viswanathan, A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *Wireless Information Networks & Business Information System. WINBIS*, 2 (None 2011), 54-60. <https://www.ijcaonline.org/proceedings/winbis/number2/2053-200%0D>
- SeaBank. (2024). *Tentang SeaBank*. SeaBank. <https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2)(139–147).
- Simanjutak, M. H. (2023). *Seabank: Bank digital dorong perekonomian inklusif Indonesia*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/3353448/seabank-bank-digital-dorong-perekonomian-inklusif-indonesia>
- Sinambela Lijan P., Si. S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Singgih, K. J., & Maria, Y. (2022). Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Sebagai Alat Pembayaran Pada Dapur Nusantara. *Performa*, 6(6). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i6.2026>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 15, p. 59). Alfabeta cv.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta cv.
- Suh, B, & Han, I. (2002). *Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. Electronic Commerce Research and Applications*. 1(3-4), 247–263. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/s1567-4223\(02\)00017-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/s1567-4223(02)00017-0)
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Nd.
- Susanto, D., Fadhillah, M., & Udayana, I. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 3(2), 279–287. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v3i2.3911>

Sutrisno, H. (2004). *Metodologi Research 2*. Andi Offset.

Umar, H. (2010). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Issue March). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>

