

DAFTAR PUSTAKA

- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Arent, Y., Aritonang, L., Arisman, A., Akuntansi, J., Multi, S., & Palembang, D. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *Julyxxxx, x, No.x(x)*, 1–17.
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Ariqah, H. A., Meuthia, R. F., & 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://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/85>
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Aslami, N., Apriani, A., Widayati, C. C., & Losi, R. V. (2022). the Role of Trust in Mediating Perceived Ease of Use, Perceived Risk and E-Wom on Purchase Intention. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 2(2), 69–81. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v2i2.189>
- Atchara, L., & Mardjo, A. (2013). Applying Diffusion of Innovation in Online Purchase Intention Through Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand. *Information Management an Business Review*, 5(3), 144–154.
- Aulifin, S. A., & Dewi, A. S. (2022). Analisis Penerimaan Pengguna ShopeePay Sebagai Sistem Pembayaran Elektronik Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 138–152.

- Bagas Hapsoro, B., & Unnes Kampus Sekaran, F. (2022). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of Shopeepay Through E-Satisfaction Article Information. *Management Analysis Journal*, 12(4), 396–405.
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi shopee dengan menggunakan Technology *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/29074/24586>
- Chen, Y., & Chang, C. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*, 50(3), 502–520.
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 19(1), 21. <https://doi.org/10.19030/ijmis.v19i1.9086>
- 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>
- Deri Kurniawan, Agus Sutarjo, N. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Perilaku Konsumen Pada Restoran Bagan Padang. *Jurnal Matua*, 3(4), 814–824.
- Devina, S., & Waluyo, W. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kecepatan, Keamanan 75 dan Kerahasiaan Serta Kesiapan Teknologi Informasi Wajib Pajak terhadap Penggunaan e-Filing Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Tangerang, Kecamatan Karawaci. *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi*, 8(1), 75–91.
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 251442.
- Faizah, O. A., Suparti, S., & Hoyyi, A. (2022). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 10(4), 532–543. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i4.33100>
- Gama Putra Brahmanta, & Nuruni Ika Kusuma Wardhani. (2021). Pengaruh

Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>

Gbongli, K., Peng, Y., & Ackah, O. (2016). Selection and ranking of perceived risk associated with mobile banking in West Africa: An AHP Approach from customers' perspective. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(1), 80–86.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, S. (2004). *Metodologi research jilid 1* (4th ed.). Andi.

Hariguna, T., & Berlilana, B. (2017). Understanding of antecedents to achieve customer trust and customer intention to purchase e-commerce in social media, an empirical assessment. *International Journal of Electrical and Computer Engineering*, 7(3), 1240.

Ivan Naufaldi, & Miharni Tjokrosaputro. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap intention to use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722. <http://repository.uph.edu/6760/>

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>

Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. In *Yogyakarta: Andi Offset* (Vol. 235).

Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Polban IRWNS*, 1(1), 1204–1213.

Kholifah, N., Azizeh, N., Denia, R., Romadhon, N. F., Kurniasih, V., & Suhud, A. (2021). Niat Menggunakan Aplikasi TikTok: Faktor-faktor Dominan Apa yang Mempengaruhi? *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(1), 6.

Krisna Listya Dewi, P. A., & Ketut Warmika, I. G. (2021). Peran E-Trust dalam Memediasi Pengaruh Fitur Robo Advisor Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Bibit. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 29–36. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.190>

- Legi, D., Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). The Analysis Of Technology Acceptance Model (TAM) On Intention To Use Of e-Money In Manado (Study On: Gopay, Ovo, Dana). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(Oktober), 624–632. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30951>
- Mahardika, R. M., & Soetomo, H. (2019). Antecedent Mobile Banking Adoption. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 19(1), 49–62. <https://doi.org/10.25105/mrbm.v19i1.5352>
- Marlina, L. G. R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 33–40. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.110>
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2010). Penelitian: Metode & Analisis. In *Semarang: CV Agung*.
- Muslimah, D. A., & Aisyah, M. N. (2016). Pengaruh Computer Self-Efficacy , Subjective Norm , Dan System Quality Terhadap Penerimaan Womunity Oleh Nasabah Wom Finance the Effect of Computer Self Efficacy , Subjective Norm and System Quality Toward Acceptance of Womunity By the Customers of Wom. *Jurnal Profita*, 8, 1–30.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9584>
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian, Jakarta, Ghalia Indonesia, cet. ke-5* (5th ed.). Ghalia Indonesia.
- Noviarni, E. (2014). Analisis adopsi layanan internet banking oleh nasabah perbankan di pekanbaru (Technology Acceptance Model) Eni Noviarni. *Jurnal Al-Iqtishad*, 10(1), 26–39.
- Pattiwael, J. F. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Zoom Meeting Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Kegiatan Webinar. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 134–151.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.

- Pavlou, P. A., & Fyngenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 115–143.
- Prasetianingrum, S., & Rina Sejati, F. (2017). Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penerapan E-Commerce Di Ukm Kota Jayapura. *Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 52–63. www.jurnal.uniyap.ac.id/index.php.future
- Prayitno, D. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi*. 15(3), 1–8.
- PUTRO, T. M. D. (2016). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Risiko, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat Di Surabaya*.
- Ribbink, D., Riel, A. C. R. Van, Liljander, V., & Streukens, S. (2004). PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen Managing Service Quality: An International Journal. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(6), 446–456.
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli Dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 31–42.
- Sarwono, J. (2005). Teori dan praktik riset pemasaran dengan SPSS. In *Yogyakarta: Andi Yogyakarta*.
- Sarwono, J. (2007). Analisis jalur untuk riset bisnis dengan SPSS. In *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Setyaningsih, A. W., Usman, O., & Musyaffi, A. M. (2023). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Security, and Perceived Easy of Use on Intention to Use QRIS Through Trust as Mediation in DKI Jakarta. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(3), 560–574. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Shopee. (2021). *Shopeepay*. <https://www.shopeepay.co.id/>
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). Strategi Bersaing dan Keunggulan Persaingan. *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, Magelang,

15 Oktober 2019.

- Simamora, B. (2004). Riset pemasaran: Falsafah, teori, dan aplikasi. In *Jakarta: PT gamedia pustaka utama*.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Subagio, H., & Jessica, J. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, dan Customer Experience Terhadap Intention To Use My Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya). *Jurnal Strategi Pemasaran (Petra.Ac.Id)*, 7(1), 1–12.
- Sudyasjayanti, C., & Gadi, A. F. (2022). Jurnal Mirai Management Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use Mobile Payment pada Pria dan Wanita. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 222–231. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastini, N. P., & Warmika, I. G. K. (2014). Aplikasi Tam, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(4), 1100–1118.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Syaifuddin, A. F., & Rahman, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *INASJIF IndonesianScientific Journalof Islamic Finance*, 1(1), 1–21.
- Tanujaya, A. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Intention To Use Aplikasi M-Tix Di Surabaya. *Agora*, 8. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/10586/9408>
- Umar, H. (2010). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Umiyati, I., Eka Putri, T., & Maya, N. (2021). Social Influence, Usability And

Security On The Intensity of DANA e-Wallet Use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 03, 113–130.

- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wahyudi, W., Mukhsin, M., & Nopus, H. (2021). Meningkatkan Intention To Use Aplikasi Mobile JKN Melalui Perceived Usefulness Dan Attitude Towards Use Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile JKN Segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha di Wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 5(1), 98–116. <https://doi.org/10.48181/jrbmt.v5i1.11545>
- Widyaprabha, E., Susanto, T. D., & Herdiyanti, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pengguna Untuk Menggunakan Aplikasi Daftar Online Rumah Sakit (Studi Kasus: Rsud Gambiran Kediri). *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 1(1), 164–172.
- Wijaya, S. W. (2006). *Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 57.
- Windari, D. A. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Minat Menggunakan Bibit Sebagai Aplikasi Investasi Online. *Eprints.Universitaspurabangsa.Ac.Id*, 1–5. <http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/1078/>
- Yosita, M., & Giri, R. R. W. (2016). Analisis pengaruh dimensi kepercayaan (multi dimensional trust) dan risiko yang dirasakan (perceived risk) dengan model modifikasi UTAUT-Luo terhadap penggunaan layanan internet banking. *Journal Lentera Bisnis*, 5(1), 64–74.