

DAFTAR PUSTAKA

- Adhelia, P.S.S., & Hendratno., (2020), “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip (Studi Kasus Pada Masyarakat Usia Produktif di Provinsi DKI Jakarta)”, *e-Proceeding of Management*, 7(2): 5283-5292.
- Alghifari, M.F., & Madiawati, P.N., (2020), “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *Go-Pay* di Kota Bandung”, *e-Proceeding of Management*, 7(1): 1265-1280.
- Amartya, M., (2021), “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan *Shopeepay*”, Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Andyni, N., & Kurniasari, F., (2021). “Pengaruh Literasi dan Efikasi Diri Terhadap Inklusi Keuangan Pada Penggunaan Layanan Pembayaran Digital *Shopee Pay* di JABODETABEK”, *Development of Research Management: Jurnal Manajemen*, 16(1): 128-140.
- Angelina, A.I., & Mashariono, (2020), “Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Go-Pay* (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA)”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(7): 1-18.
- Anugrah, R., (2018), “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening”, Skripsi Sarjana, UIN Alauddin Makassar, Makassar.
- Apriliana, R.M., (2020), “Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Go-Pay*: Perspektif Ekonomi Islam di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”, Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ardianto, K., & Azizah, N., (2021), “Analisis Minat Penggunaan *Dompot Digital* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada

- Pengguna di Kota Surabaya”, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1): 13-26.
- Aulia, N., & Suryanawa, I.K., (2019), “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan *Quick Response Code* dalam Transaksi Keuangan”, *E Jurnal Akuntansi (E-JA)*, 28(3): 1749-1766.
- Awalina, M., (2019), “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Server* di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Islam”, Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Azmi, F.N., & Sudaryana, A., (2021), “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, *E-Service Quality*, *Online Consumer Reviews*, dan *Online Trust* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui *Shopee*”, *Jurnal Akmenika*, 18(2).
- Bank Indonesia, (2016), Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, <https://www.bi.go.id/>. Diakses pada 19 Januari 2022.
- Bisnis Indonesia, (2021), Pembayaran Non-Tunai Mendongkrak Tren Transaksi E-commerce Jatim, Widarti, Peni., <https://bisnisindonesia.id/>. Diakses pada 19 Januari 2022.
- 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 Acceptance Model (TAM)*”, *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9(4): 1–10.
- Davis, F. D., (1989), “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *Management Information Systems Research Center*, 13(3): 319–340.
- Detik News, (2019), Penggunaan Mobile Payment Jatim Terbesar Ketiga di Pulau Jawa, Meilisa, Hilda., <https://news.detik.com/>. Diakses pada 19 Januari 2022.
- Diany, A.A., Sangen, M., & Faisal, I., (2019), “Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Positive Emotion dan Perilaku Impulse

- Buying di Departement Store Matahari Duta Mall, Banjarmasin”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1): 65-84.
- Falah, M. N., (2020), “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid-19”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2): 1-18.
- Ghozali, I., (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi Cetakan VIII, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Giriani, A.P., & Susanti, (2021), “Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *E-Money*”, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 6(2): 27-37.
- Haidari, M.B., & Tileng, K.G., (2018), “Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay”, *JUISI: Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 4(1): 10-11.
- Indahyani, K., & Dewi, I.G.A.K.R.S., (2021), “Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan, dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (*Shopeepay*) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha)”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 12(3): 932-942.
- Juniarti, K., Isharijadi, & Yusdita, E.E., (2021), “Persepsi Pengguna E-Money Pada Usaha Rintisan di Kota Madiun”, *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(2): 166-176.
- Katadata, (2021), Riset Awal 2021: Dompot Digital Shopeepay Kalahkan Gopay dan OVO, Burhan, F.A., <https://katadata.co.id/>. Diakses pada 19 Januari 2022.
- 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.
- Kusuma, A. P., & Syahputra., (2020), “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet Di Kota Bandung 2020”, *Journal of Applied Business Administration*, 4(2): 108-114.

- Kusumawardhany, S.S., Shanti, Y.K., Azzahra, K., Arianti, B.F., & Romadhina, A.P., (2021), "Penerapan Literasi Keuangan Dalam Memahami *Financial Technology*", *Jurnal Abdimas*, 2(2): 151-160.
- Latief, F. & Dirwan, (2020), "Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1): 16-30.
- Latief, F., Dirwan., & Idris, M., (2021), "Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay", *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3): 157-166.
- Lemeshow, S., Jr., D.W.H., Klar, J., & Lwanga, S.K., (1990), *Adequacy of Sample Size in Health Studies*, 1st Edition, John Willey & Sons Ltd, England.
- Manik, T., (2019), "Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemoderasi", *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 2(2): 27-40.
- Manurung, R.A., & Silalahi, P.R., (2022), "Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan", *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1): 130-141.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R., (2021), "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3): 1455-1463.
- Mayer, R.C., Davis, J.H., & Schoorman, F.D., (1995), "An Integrative Model of Organizational Trust", *Academy of Management Review*, 20(3): 709-734.
- Megayani, N., Sanosra, A., & Reskiputri, T.D., (2021), "Pembayaran Cashless Dengan Sistem QR Code dan Perceived Trust Terhadap Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay", *Journal of Business, Management and Accounting*, 3(1): 63-71.
- Mehta, C.R., & Patel, N.R., (2011), *IBM SPSS Exact Tests*, Edisi 22, Cambridge.

- Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F., (2020), “Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial”, *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2): 143–150.
- Muttasari, W.F.E., & Lukiastuti, F., (2020), “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap *Cashless Transaction Behavior* (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora)”, *Jurnal Magisma*, 8(2): 25-31.
- Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. A. I., (2019), “Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada Umkm Di Bali: Studi Kasus Pada Hipmi Provinsi Bali”, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 4(1): 90-102.
- Pertiwi, N.W.D.M.Y., & Ariyanto, D., (2017), “Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2): 1369-1397.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J., (2020), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *The Journal of Business and Management*, 3(1): 72-85.
- Prasetya, I. G. B. I., & Purnamawati, I. G. A., (2020), “Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO”, *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1): 148-158.
- Prasetyatama, G., (2021), “*E-Wallet: Determinan Minat Menggunakan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Moderasi*”, Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Priyono, A., (2017), “Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay”, *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1): 88–106.
- Putri, A. R., Ningrum, A. K., Putri, D. N., & Firmansyah, R., (2021), “Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Pada Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay”, *Prosiding National Seminar On Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, Universitas Negeri Malang, Malang, 1(8): 213-223.

- Rodiah, S., & 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*, 66(2): 66–80.
- Rohmah, Y.M., & Tristiarini, N., (2021), “Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19: Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang”, *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1): 2-11.
- Safitri, D.D., (2020), “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan”, Skripsi Sarjana, Universitas Islam Malang, Malang.
- Saraswati, P.D.S., & Purnamawati, I.G.A., (2020), “Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Transportasi Online Grab”, *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1): 68-79.
- Setiawa, M. A. M., & Prena, G. Das., (2019), “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Motivasi Hedonis Belanja Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Lazada”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 4(2): 172-185.
- Sindo News, (2021), Pandemi Covid-19, Transaksi Belanja Online di Jawa Timur Meningkat, Hakim, Lukman., <https://daerah.sindonews.com/>. Diakses pada 19 Januari 2022.
- Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, Edisi 22, Alfabetha, Bandung.
- Sulistyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R., (2020), “Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital”, *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*. 4(1): 17-34.
- Syafitri, (2020), “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (FINTECH) Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019)”, *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU) 4*, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 1008-1036.

- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. & Xu, X., (2012), “*Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*”. *MIS Quarterly*, 36(1): 157-178.
- Widodo, A., & Putri, A.S.A., (2017), “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Teknologi Pada Pengguna Instagram di Indonesia (Studi pada *Followers* Akun Kementerian Pariwisata @indtravel)”, *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 1(1): 18-26.
- Wijaya, R. A., Agustin, D. A. & Nugrahani, J. A., (2020), “Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19”, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi-Bisnis*, Universitas Ma Chung, Malang, 1: 91-103.
- Zakiyyah, A., (2020), “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay”, Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Zunaida, D., (2021), “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money”, *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2): 284–293.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

