

### DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). Metodologi penelitian kuantitatif. *Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR*.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, *x*, 1–17.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? *SSRN Electronic Journal*, *October 2018*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- ASRI W, R. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *4(3)*, 1–10.
- Ayu, S. S. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *1*.
- Bawono, I. R., Novelsyah, M., & Lutfia, A. (2006). Persepsi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Reguler dan Non Reguler Tentang Pendidikan Profesi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, *10(2)*.
- Danurdoro, K., & Wulandari, D. (2016). The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, *8(1)*, 17–22. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p017>
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. *Management, Ph.D.*(January 1985), 291. <https://doi.org/oclc/56932490>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13(3)*, 319. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Ermawati, N., & Delima, Z. M. (2016). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, dan PENGALAMAN TERHADAP MINAT WAJIB PAJAK MENGGUNAKAN SISTEM E-FILING (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(2), 163. <https://doi.org/10.30659/jai.5.2.163-174>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Fintech Singapore Digital Finance News - FintechNewsSG*. Fintech Singapore. (2020). Retrieved from <https://fintechnews.sg/>.
- Fitriyani, R., (2014). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Keahlian Pemakai dan Intensitas Pemakaian terhadap Kualitas Informasi Akuntansi. *Jurnal Universitas Bengkulu*.
- Gefen, D., & Straub, D. (2000). The Relative Importance of PEOU in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Jais*, 1(8), 1–28.
- Gefen, Karahanna, & Straub. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Go-Pay Jadi Fintech Pembayaran Paling Populer 2018 di Indonesia - Katadata.co.id*. Katadata.co.id. (2020). Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2019/01/15/go-pay-jadi-fintech-pembayaran-paling-populer-2018-di-indonesia>.
- Habibi, M., & Zaky, A. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3.
- Hazim, Nurkholif. 2005. *Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: UT PUSTEKOM IPTPI
- Indonesia, T. P. K. B. B. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

- Juniwati, J. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140. <https://doi.org/10.26418/jebik.v4i1.11465>
- Latief, F., & Nur, Y. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran GoPay pada Layanan GoJek. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 2(2), 1-11.
- Laksana, G. B. (2015). PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.
- L. M. Chuang, C. C. Liu, and H. K. Kao, “The adoption of FinTech service: TAM perspective,” *International Journal of Management and Administrative Sciences*, vol. 3, no. 7, pp. 1–15, 2016.
- Mandasari, C. S., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Untuk Membangun Loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 3637. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i10.p08>
- Mulyani, A., & Kurniadi, D. (2015). Analisis Penerimaan Teknologi Student Information Terminal (S-IT) Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Wawasan Ilmiah*, 7.
- Octavia, D., & Hafizh, M. D. (2019). Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen E-payment (Studi Kasus: Pengguna Kartu Kredit dan Debit di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Indonesia*. Online ISSN: 2502-3713. Print ISSN: 1411-7835. *Universitas Telkom*, 19(1), 1–9. <https://doi.org/10.25124/jmi.v19i1.1980>
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>

- OVO Disebut Sudah Jadi Unicorn Kelima Indonesia - Katadata.co.id*. Katadata.co.id. (2020). Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2019/10/03/ovo-disebut-sudah-jadi-unicorn-kelima-indonesia>.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8.
- Pavlou, P., A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Volume 7(3), pp. 69–103.
- Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial - Bank Sentral Republik Indonesia*. Bi.go.id. (2020). Retrieved from [https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI\\_191217.aspx](https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI_191217.aspx).
- Perbankan dan Fintech Pembayaran, Bukan Lawan tapi Kawan - Katadata.co.id*. Katadata.co.id. (2020). Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/perbankan-dan-fintech-pembayaran-bukan-lawan-tapi-kawan>.
- Perkasa, A. T. (2016). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kepercayaan Wajib Pajak Terhadap Minat Menggunakan E-filing Sebagai Sarana Pelaporan Pajak (Study Kasus di PT Pelabuhan Indonesia III Cabang Benoa). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2)
- Pradipa, N. A., Putri, I. A. D., & Ratnadi, M. D. (2016). Gaya Kepemimpinan Transformasional dalam Hubungan Sistem Pengendalian Intern dan Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi pada Skpd Provinsi Bali). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5, 2695-2722.
- PUSPITASARI, I., & BRILIANA, V. (2018). Pengaruh Perceived Ease-of-Use, Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2), 171–182. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i2.270>
- Rahim, H. (2017). Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 274–285.

- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Sangadji , Etta Mamang & Sopiah. (2010). Metodologi Penelitian–Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Yogyakarta, ANDI
- Sanusi, Anwar. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Santosa, P. I. (2018). Metode penelitian kuantitatif pengembangan hipotesis dan pengujiannya menggunakan SmartPLS. *ANDI, Yogyakarta*.
- Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Surendran, P. (2012). Technology Acceptance Model: A Survey of Literature. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 2(4), 175-178.
- Tjayono, A. W. (2010). Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Internet Banking (Survey pada Pengguna Klik BCA di Semarang. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Universitas Muhammadiyah Magelang. Pusat Pengembangan Akuntansi.
- Tubbs, S. L. (1983). Sylvia Moss, Human Communication.
- 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>
- Wen, Chao; Prybutok, Victor.R dan Xu, Chenyan 2011. “An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention”. 2011. *Journal of Computer Information Systems*

- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat SPSS 17.0\$ Smart PLS 20. *UPP STIM YKPN, Yogyakarta*.
- Yuniar, G.S & Nurwidawati, D. (2013). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya. *Character*, 02 (01). *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 2 (1) Universitas Semarang.