

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social Media in Marketing: A Review and Analysis of the Existing. 1177-1190.
- Alasmari, T. M. (2017). Mobile Learning Technology Acceptance Among Saudi Higher Education Students. *Wayne State University Dissertations*.
- Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Payment di Indonesia. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 10-25.
- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online.
- Bank Indonesia. (2020, November 11). *Bank Indonesia Menganalkan Gerakan Nasional Non Tunai*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id>
- Bukhori, I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi dan Dampak Adopsi Mobile Payment di Kalangan Merchant.
- Chandra, M. B., & Kohardinata, C. (2021). Dampak Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Fintech Continuance Intention Pada E-Wallet. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(5).
- Dewi, N. P., & Aksari, N. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Perceived Benefit, dan Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Kartu Kredit di Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*, 6598-6617.
- Diana, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia.
- Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. (2020). *Buku Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka*. Semarang.
- Fakhrurozi, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gong, Z., Han, Z., Li, X., Yu, C., & Reinhardt, J. D. (2019). Factors Influencing the Adoption of Online Health Consultation Services: The Role of Subjective Norm, Trust, Perceived Benefit, and Offline Habit. *Front: Public Health*, 1-9.
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Purnomo, S. (2019). Assessment of the Readiness of Micro, Small and Medium Enterprises in Using E-Money Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Method. *Procedia Computer Science*, 316-323.
- Hapsari, I. N. (2016). Faktor Yang Berpengaruh pada Adopsi Mobile Financial Service: Sebuah Studi Eksploratori. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 1095-1105.
- Inayah, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Masyarakat (Studi Kasus di Wilayah Kota Purwokerto).
- Indonesia, B. (2020, September 29). *Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh Izin*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>
- Jamieson, R., & Lui, H. (2003). TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce. *AISel*, 349-364.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto, H. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPF.
- Karim, M. A. (2018). Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education, Inc.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah. *Akunteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*, 1-13.
- Lafraxo, Y., Hadri, F., Amhal, H., & Rossafi, A. (2018). The Effect of Trust, Perceived Risk and Security on the Adoption of Mobile Banking in Morocco. *International Conference on Enterprise Information Systems*, 497-502.
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *JUISI*, 64-73.
- Maghfira. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 200-210.
- Nguyen, T. D., & Hyunh, P. A. (2018). The Roles of Perceived Risk and Trust on E-Payment Adoption. *Studies in Computational Intelligence*, 926-940.
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2018). M-Payment Service: Interplay of Perceived Risk, Benefit, and Trust in Service Adoption. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 1-13.
- Pei, Y., Wang, S., Fan, J., & Zhang, M. (2015). An Empirical Study on the Impact of Perceived Benefit, Risk and Trust on E- Payment Adoption: Comparing Quick Pay and Union Pay in China. *International Conference on Intelligent Human-Machine Systems and Cybernetics*, 198-202.
- Prastika, N. E., & Purnomo, D. E. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekalongan. *Jurnal LITBANG Kota Pekalongan*.

- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 88-2016.
- Putri, D. A. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek.
- Rachbini, W. (2018). The Impact of Consumer trust, Perceived Risk, Perceived Benefit on Purchase Intention and Purchase Decision. *International Journal of Advanced Research (IJAR)*, 1036-1044.
- Rahayu, L. W. (2016). *The Effect of Trust , Perceived Risk , Perceived Benefit and Cost On Customer Online Purchase Intention (An Empirical Study At Accounting Students of Brawijaya University and Muhammadiyah University of Malang)*.
- Riani, N. D., & Rasmini, N. (2019). Penerimaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi oleh Karyawan PT Mery's Tour and Travel Menggunakan Aplikasi Quickbooks. *e-Jurnal Akuntansi*, 347-360.
- Rosiana, M., & Floresti, D. A. (2020). How to Increase E-Repurchase of E-Pay Consumers in Purwokerto. *Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi*, 28-35.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Habes, M., Khalaf, R., & Shaalan, K. (2019). An Innovative Study of E-Payment Systems Adoption in Higher Education: Theoretical Constructs and Empirical Analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technology*, 68-84.
- Sani, A., & Wiliani, N. (2019). Faktor Kesiapan dan Adopsi Teknologi Informasi dalam Konteks Teknologi Serta Lingkungan pada UMKM di Jakarta. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 49-56.
- Subari, S. M., & Ascarya. (2017). Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia. *Bank Sentral*, 2.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Suhud, U., & Hidayat, N. (2015). A Mixed-Methods Study to Explore Stafe of Readiness and Intention of Micro and Small Enterprises to Adopt Mobile Money in Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Management* , 15-33.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sunaryo, N. A., Putra, I. D., & Dewi, M. H. (2019). Perkembangan Wisata Belanja "Oleh-Oleh Makanan" di Kota Malang. *JUMPA*, 1-24.
- Triandini, E., Djunaidy, A., & Siahaan, D. (2015). Factors Influencing E-Commerce Adoption by SMES Indonesia: A Conceptual Model. *Lontar Komputer*, 301-311.
- Widyatno, E. (2020, September 9). *Penggunaan QRIS di Banyumas Melonjak*. Diambil kembali dari Republika Online: <https://republika.co.id/berita/qgdzut368/penggunaan-qr-is-di-banyumas-melonjak>
- Wiradimaja, M. F., & Rikumahu, B. (2019). Pengaruh Faktor Risiko dan Faktor Kepercayaan Terhadap Adopsi Electronic Wallet Menggunakan Model TAM (Studi Kasus: E-Wallet OVO di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 2457-2465.
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and Technological Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science*, 33-38.
- Wulandari, C. O. (2017). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking.
- Yandip. (2020, November 11). *Berwisata dan Belanja Nontunai dengan QRIS*. Diambil kembali dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/berwisata-dan-belanja-nontunai-dengan-qr-is/>

- Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). Understanding Perceived Risks in Mobile Payment Acceptance. *Industrial Management & Data Systems*, 253-269.
- Yudita, D. (2018). Pengaruh Kestrategisan Lokasi Usaha, Literasi Keuangan, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Keterampilan Manajerial Terhadap Peningkatan Pendapatan UKM Pusat Oleh-Oleh Makanan di Kabupaten Banyumas.

