

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, E. . (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Customer OVO Sebagai Alat Pembayaran dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Aditya, M., & Putra, M. (2021). *menyatakan di era yang sudah sangat maju ini salah satunya media elektronik menjadi andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis . Hal ini dibuktikan*. 1318–1330.
- Andrean, T., & Fitria, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Bertransaksi Dengan E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* ....  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3589%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/3589/3605>
- Angelina, S., Suseno, N., & Rosmayati, I. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu terhadap Penggunaan Sistem E-commerce. *Jurnal Wahana Akuntansi*.
- Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Buchori, A. (1999). *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. CV Alfabeta.
- 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>
- Cahyono, Y. T., & Anjani, R. K. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Terindikasi Mempengaruhi Minat Belanja Online Menggunakan E-Commerce System (Studi. *Seminar Nasional Dan The 6th Call for Syariah Paper*, 6(2010), 1162–1180. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/11427>
- Chen, H., & Volpe, R. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Service Review* 7 (2).
- Crow, & Crow. (1973). *An Outline of Psychology (Terjemahan Z. Kazjian)*. PT Bina Ilmu.
- Davis, F. D. (1989). 249008. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*, 13(3), 1–23.

- Destry, Sari, D., & Rimbano, D. (2022). *Produk Financial Technology Pada Mahasiswa Akuntansi Di Lubuklinggau*. 852–859.
- Dyah Pekerti, R., Susilowati, D., & Herwiyanti, E. (2019). Transaksi E-Commerce: Analisis Sudut Pandang akad Wakalah Dan Salam Serta Psak Syariah 103. *SAR (Soedirman Accounting Review): Journal of Accounting and Business*, 03, 78–100. <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/sar/>
- Febriyanto, N. (2019). *Persepsi Masyarakat Kota Semarang dalam Menggunakan E-money*. UNIKA Soegijapranata Semarang.
- Firdausyi, H. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Dalam Minat Beli Reksa Dana Online*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (2009). *Basic Econometrics (Fourth)*. Mc. Graw Hill.
- Handayani, D., Rusmana, O., & Warsidi, W. (2023). *Pengaruh Perkembangan E-Commerce, Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (The Influence of E-Commerce Development, Business Capital, Entrepreneurial Knowledge, a. 1(1), 11–20*.
- Himel, M. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K., & Hossain, M. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, 2(1), 72–96. <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>
- Hurlock. (1995). *Psikolog Perkembangan*. Erlangga.
- Irawati, A., Putra, D., & Swissia, P. (2022). Dampak Inklusi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Dan Financial Technology Di IIB Darmajaya. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 110–116.
- Jogiyanto. (2008). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Andi.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Juanda, A. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*.
- Kurniawan, R. A., Chendra, M., Kelvin, Kelvin, K., Anderson, K., & Yudianto, W. (2021). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan. *Teknologi: Jurnal Sistem Informasi*, 11(2), 84–92.

- Margaretta, V., Widjanarko, W., & ... (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Berbelanja Online Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Bhayangkara Jakarta Raya .... *Cakrawala Repositori* ..., 05. <http://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/117%0Ahttps://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/download/117/133>
- Millennia, F. (2019). *E-Commerce Memiliki Sistem Informasi Akuntansi Yang Sangat Mudah*. <https://www.kompasiana.com/millenniafitri/5d6e780b097f36319d46cf43/e-commerce-memiliki-sistem-informasi-akuntansi-yang-sangat-mudah>
- Mudrikah, A. (2021). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap minat Penggunaan Produk Finansial Teknologi Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i2.23>
- Nasional, D. P. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Nasution, S. (1987). *Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*. Bina Aksara.
- Noviandi, F. S. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keinginan Menggunakan E-Commerce Dalam Bertransaksi Online. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan ...*, 4(3), 1803–1812. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1176%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1176/1393>
- Nursinta, L. A., Subagyo, S., & Widodo, M. W. (2022). *Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Program ...* 332–340. [http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/5315%0Ahttp://repository.unpkediri.ac.id/5315/3/RAMA\\_61201\\_18102020217\\_0717066601\\_0721088505\\_01\\_front\\_ref.pdf](http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/5315%0Ahttp://repository.unpkediri.ac.id/5315/3/RAMA_61201_18102020217_0717066601_0721088505_01_front_ref.pdf)
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Prabowo, H., Herwiyanti, E., & Pratiwi, U. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Dan Jaminan Terhadap Pengambilan Kredit Perbankan Oleh Ukm. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan Jayakarta*, 2(1), 34–44. <https://doi.org/10.53825/japjayakarta.v2i1.49>
- Pradita, L. A., & Munari, M. (2021), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Subsidy Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Pada E-Commerce. ... *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 9–23.

<http://www.journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/view/721%0Ahttps://www.journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/download/721/435>

- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- 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>
- Purwati, A., Bambang, & Khotimah, S. (2023). *Pelatihan E- Marketing Pekerja Migran Lestari " Di Desa. 01(03)*, 106–113.
- Putu, N., Maharani, J., Hoediansyah, E., Salsabilla, Y., & Siswanto, F. (2022). Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI) 2022 Analisis Perilaku Mahasiswa Dalam Melakukan Belanja Online Melalui Aplikasi Tiktok Menggunakan Theory Of Planned Behaviour Student Behaviour Analysis In Doing Online Shopping Through . *Sitasi, September*, 10–11. <http://sitasi.upnjatim.ac.id/%7C70>
- Raditya, V. R., Primasari, D., & Widianingsih, R. (2022). Analisis Penggunaan Teknologi Aplikasi Akuntansi Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Banyumas Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 1(1). <https://doi.org/10.32424/1.jras.2022.1.1.6482>
- Rahmah Nabila, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Driver GOJEK (Studi Kasus Komunitas Gojek Area Barat di Surabaya). In *Skripsi*.
- Rahman, A. (Abdul), & Dewantara, R. Y. (Rizki). (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online” (Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 52(1), 1–7. <https://www.neliti.com/publications/201945/>
- Raras, B. (2022). *Daftar Negara yang Warganya Paling Sering Belanja Online*. Good Stats. <https://goodstats.id/article/daftar-negara-yang-warganya-paling-sering-belanja-online-indonesia-urutan-berapa-5zJmA>
- Rodiah, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang Skripsi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.

- Rodiah, S. R., & 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*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>
- Sadirman, A. . (1988). *Interaksi dalam Motivasi Belajar Mengajar : Pedoman bagi Guru dan Calon Guru*. Rajawali Pers.
- Salim, Peter, & Yenny, S. (1991). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Modern English Press.
- Sandya, S. (2022). *Media Sosial yang Kerap Dipakai Belanja Online di Indonesia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apa-media-sosial-yang-kerap-dipakai-belanja-online-di-indonesia>
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT Elex Media Komputindo.
- Saputri, R. R., Chandra, N., & ... (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna pada E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis ...*, 1(1), 1–7. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/2%0Ahttps://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/download/2/1>
- Saputri, R. R., Chandra, N., Maryati, U., & Kunci, K. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna pada E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Padang) INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK. *Jabei*, 1(1), 1–7. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei>
- Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Motode Riset Bisnis*. Andi.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan aplikasi dengan SPSS*. Andi.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi.
- Super, D. E., & Crities, H. . (2003). *Avocational interest patterns: A study in the psychology of a vocations*. CA: Stanford University Press.

- Supranto. (2008). *Statistika: Teori dan Aplikasi* (Tujuh). Erlangga.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 15(1), 125–142. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93. <http://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>
- Uviyanti, S., Pramuka, B. A., & Putri, N. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Pada Sistem E-Commerce Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi. *Journal of Public Accounting (JPA)*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.30591/jpa.v2i1.3438>
- Wangsadinata, R., Geraldine, C. N., & Aprillia, A. (2021). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam), Perceived Enjoyment, Dan Perceived Risk Terhadap Behavioral Intention ... *Jurnal Manajemen Perhotelah JMP*, 7(2), 104–114. <https://doi.org/10.9744/jmhot.7.2.104>
- Yolanda, A., & Widijoko, W. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2), 1–20. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1122>
- Yuhelmi, Y., Trianita, M., Kamela, I., & Rosha, Z. (2022). Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 20–25. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.201>