

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, E. S., Putri, R. A., & Romansyah, D. (2022). Interests of Muzaki to Pay Zakat. *The Role of Accountability, Transparency, Service Quality, and Financial Technology. Iqtishadia*, 15(1), 63.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G. T. (2014). *Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial. Studi pada Mahasiswa di Kota Semarang*. Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.
- Desvronita, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2).
- Febriyanti, R. (2014). Pengaruh independensi, due professional care dan akuntabilitas terhadap kualitas audit (studi empiris pada kantor akuntan publik di kota Padang dan Pekanbaru). *Jurnal Akuntansi*, 2(2).
- HERDADI, H. A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z*.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran.
- Inayah, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus di Wilayah Kota Purwokerto)*.
- Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis pengaruh kepercayaan, iklan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *In Progress Conference Vol. 2, No. 1*, 557–563.
- Jayani, D. . (2019). *Transaksi Uang Elektronik Melonjak 209,8% pada 2018*. Databoks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Marisa, O. (2020). ersepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh

- kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Nuridin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology (fintech) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2).
- Rahmatiyani, R., & Bertuah, E. (2023). Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Minat Penggunaan Ulang E-Wallet OVO. *ETNIK. Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 2(5), 438–451.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Riyanti, A., & Atmaja, H. E. (2021). Analisis penggunaan aplikasi bpjstku mobile dalam upaya meningkatkan kemudahan masyarakat pekerja. *Kinerja*, 18(1), 8–14.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 3(2), 699.
- Saptarini, N. I., & Mustika, M. D. (2023). Workforce Agility And Adaptive Performance In Government Institution. *The Mediating Role Of Work*, 25(1), 52–62.
- Sari, S. (2019). *Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani, F. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology pada Aplikasi OVO sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al

Mawaddah Warrahmah Kolaka.

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis pengaruh persepsi risiko, kualitas situs web, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11.