

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian*. 2(2).
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Andrianto, A., Manajemen, M., Informasi, S., Gunadarma, U., Barat, J., Expectancy, E., Conditions, F., Value, P., Motivation, H., & Digital, D. (2020). *FAKTOR YANG MEMENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL*. 111–122.
- Ardian, N., Sari, P. B., Rizky, M. C., & Nurhaliza, I. (2024). PENGENALAN POTENSI FINTECH LENDING DALAM MENDUKUNG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4, 242–250.
- Az-zahara, C. T. M., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Bagis, F. (2024). ANALISIS PENGARUH RISK PERCEPTION , RISK TOLERANCE , OVERCONFIDENCE , DAN LOSS AVERSION TERHADAP. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 62–76.
- Azmiana, R., Haldy, M., & Hikmah. (2024). *Analisis Financial Literation , Financial Technology , Locus of Control Terhadap Financial Behavior*. 413–418.
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(xxxx), 322–332. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>
- Farzin, M. (2021). *Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior : Does WOM communication matter ?* <https://doi.org/10.1108/AJEB-10-2020-0085>
- Gai, A. M., Majid, J., Risdwiyanto, A., & Paru, M. A. (2024). Analysis of The Influence of Digital Perceived Value , Digital Perceived Quality and Brand Image on Intention to Return Visits of Tourists in Indonesia. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6, 245–249. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.507>
- Giovanni, E., & Handriana, H. (2024). The Influence Hedonic Shopping Motivation and Positive Emotions on Online Implusive Buying of Shopee

- Application Users. *Jurnal USK*, 2771–2779.
- Gomes, M. N., & Wangdra, R. (2024). Factors Influencing E-Wallet User Behavior Towards Behavioral Intention in Students in Batam City. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 340–351.
- Hadi, M. M., Ulum, M. F., Surya, A., S, A. A., & F, A. V. (2024). Era Fintech : Peluang dan Tantangan (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3409–3418.
- Halem, S. van, Roekel, E. van, & Denissen, J. (2024). *Understanding the Dynamics of Hedonic and Eudaimonic Motives on Daily Well-Being : Insights from Experience*.
- Hartono, M. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Berkelanjutan Yang Di Mediasi Oleh Sikap Penggunaan Pada Aplikasi Dompot Digital Ovo Dan Dana (Studi Komparasi Di Kota Pontianak). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 11–22. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.671>
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KONSENTRASI PASAR TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2016-2020. *JURNAL ILMU MANAJAMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 2(2).
- Judijanto, L., Sudarmanto, E., & Chadidjah, S. R. (2024). Dampak Fintech Lending terhadap Industri Perbankan. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 2(03), 341–352.
- Karim, A., Sirait, E., Dwihandoko, T. H., Mustajirin, J., & Patty, J. P. (2024). PERAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PEMBIAYAAN UMKM DI INDONESIA Abdul. *Edunomika*, 08(02), 1–15.
- Khair, A., Yustika, R. L., Rohmah, S., & Trisakti, U. (2023). *TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA E-COMMERCE Corresponding author : As ' ad Khair masyarakat sehari-hari , tidak terkecuali dalam pemenuhan kebutuhan hidup . Banyak pelaku bisnis mendasari konsumen dalam melakukan impulsive buying adalah hedonic mot. 10(1), 13–30.*
- Kurniawan, H. H., Wardana, D., Teknologi, I., & Malang, A. (2024). PERAN PERCEIVED VALUE , TECHNOLOGICAL READINESS , DAN COST-BENEFIT ANALYSIS PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU BISNIS SURABAYA Corresponding Author : Nama Penulis : Hironimus Hari Kurniawan Adopsi

teknologi Kecerdasan B. *JPRO*, 5(1), 166–182.

- Lestari, A. D., Putra, I., Lestari, M. A., Lailatul, H., Bengkulu, U. M., & Semarang, U. M. (2024). LITERATURE REVIEW : PENGARUH RISK PERCEPTION , OVERCONFIDENCE , MENTAL ACCOUNTING TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*, 1(4), 837–851.
- Najib, M., Ermawati, W. J., Fahma, F., Endri, E., & Suhartanto, D. (2021). Fintech in the small food business and its relation with open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc7010088>
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Ompusunggu, H., & Anugrah, M. D. (2021). Gender in Mobile Wallet Adoption By Using Utaut Model. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 13(1), 26–31. <https://doi.org/10.23969/jrak.v13i1.3486>
- 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>
- Paloma, C., Hariance, R., Raesi, S., & Putri, A. (2024). FARMERS ' RISK PERCEPTION , RISK AVERSION ON MANGGOSTEEN PRODUCTION (Case Study in Pauh Thematic Village). *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo*, 4270.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4(2), 74–81. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>
- Permana, D. S., Sayidah, N., & Adi, S. U. (2024). The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Used on Mobile Application: Literature Review. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(1), 120–141. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i1.1003>
- Pienaar, M., Padmanabhanunni, A., & Smith, M. (2019). Psychological and Socio-Demographic Factors Associated With University Academic Performance in a Developing Country. *ICERI2019 Proceedings*, 1(November), 7908–7916. <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.1875>

- Pramestiti, N., A, D. A. H. M. B., & Ph, D. (2024). *The Influence of Interactivity , Hedonic Motivation , and Performance Expectations on Purchase Intentions of HMNS Perfumery on the Shopee e-commerce platform*. 03(02), 755–769.
- Prihartanti, O., & Yuliani, N. L. (2022). *Anteseden Minat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran pada*. 1(3), 456–469.
- Putra, K. N., & Oktaria, M. (2024). *Theory of Planned Behavior : Implikasi Teori Dalam Menjelaskan Minat Belajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Keuangan*. 5(2), 215–225.
- Putu, L., Kusuma, A., & Masdiantini, P. R. (2022). *Pengaruh Ekspektasi Kinerja , Ekspektasi Usaha , Faktor Sosial Budaya , Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)*. 12(1), 254–263.
- Resa, N. A., & Andjarwati, A. Iestari. (2019). *Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *E-Journal UAJY*, 7, 1–9.
- Rini, W. S. (2024). *Overconfidence , Risk Perception And Risk Tolerance : Mengungkap Dampaknya Terhadap Keputusan Investasi*. *Ekonomi Digital*, 3(1), 53–66.
- Sabrina, Z., & Harahap, M. I. (2024). *Pengaruh Financial Literacy dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah pada Mahasiswa FEBI UINSU*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2819–2827.
- Safitri, I. N., Hartono, S., & Istiqomah. (2023). *THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON IMPULSIVE ONLINE PURCHASE OF FASHION PRODUCTS*. 2023(1), 1–7.
- Simamora, B. (2022). *Skala Likert , Bias Penggunaan dan Jalan*. 12(1), 84–93.
- Sudirjo, F., Mustafa, F., Astuti, E. D., Tawil, M. R., Santoso, A., & Putra, B. (2023). *Analysis of The Influence of Hedonic Motivation , Digital Devices Ease of Use Perception , Benefits of Digital Technology and Digital Promotion on Intention to Use of Digital Wallets Consumers*. 5(4), 10–11. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.415>
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D* (Issue January).
- Suhardjo, I., Tan, N., & Andreas, K. (2024). *IS FINTECH A SUSTAINABLE BUSINESS MODEL FOR THE FUTURE? EMPIRICAL STUDY IN INDONESIA*. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 67–88.

- Surya, E., Muftiadi, A., & Chan, A. (2024). PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1091>
- Tsakila, N. F., Wirahadi, M. A., Fadilah, A. A., Simanjuntak, H., & Siswajanty, F. (2024). Analisis Dampak Fintech terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 4, 1–11.
- Vivi Eviana, & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Yakin, M. (2022). Exploring Role Of Perceived Value of Technology And Brand Recognition On Purchase Intention Of Japan Electronic Products. *JCRBE (Journal of Current Research in Business and Economics)*, 3(1), 246–278.
- Yolanda, Y., Tasman, A., Ekonomi, J. P., Ekonomi, F., & Padang, U. N. (2020). Pengaruh Financial Literacy dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi Generasi Millennial Kota Padang. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 3(1), 144–154.