

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, M. (2022). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Gen Z Dalam Penggunaan Qris Sebagai Teknologi Pembayaran Digital*. 1(1), 167–176.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Arsi, A. (2021). Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. *Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*, 1–8.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Komunikasi*, 311–324. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Bandura, A. (1997). Self-Efficacy The Exercise of Control. In *The Routledge Handbook of the Psychology of Language Learning and Teaching* (p. 36). <https://doi.org/10.1177/0032885512472964>

- Batoran, F. (2018). Hubungan Antara Self Efficacy Dengan Pengambilan Keputusan Berkuliah Di Luar Pulau Pada Siswa Sma Di Toraja. *Repository UKSW*, 13.
- Budiman, Y. I. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Services dan Self-efficacy terhadap Intention of Use Mobile Payment Fintech di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 3, p. 306). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18672>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Collier, J. E. (2020). Applied Structural Equation Modeling Using AMOS. *Applied Structural Equation Modeling Using AMOS*. <https://doi.org/10.4324/9781003018414>
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia. (2019). Bank Indonesia Terbitkan Ketentuan Pelaksanaan Qris. *Bank Indonesia RI*, 5–8. https://www.bi.go.id/id/publikasi/E-Magazine/Documents/BICARA-78_Stabilitas-Terjaga-Dukung-Langkah-Pre-emptive-Mendorong-Pertumbuhan.pdf
- Dewi, P. D. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Niat Beli Ulang Online di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4124–4152.
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Fatimah, S. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Financial Self Efficacy, Social Economic Status dan Locus of Control Terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. In *Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam*

Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (Vol. 8, Issue 5).

Febrilia, I., & Pratiwi, S. P. (2020). MINAT PENGGUNAAN CASHLESS PAYMENT SYSTEM –DOMPET DIGITAL PADA MAHASISWA DI FE UNJ. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.01>

Ferdinand. (2002). *Structural Equation Modelling (SEM) dalam penelitian manajemen*. Badan Penerbit UNDIP.

Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2010). *Teori - Teori Psikologi*.

Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. *Innovation Research Journal*, 1(1), 34. <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i1.1190>

Gusni, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–33. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3892>

Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2019). *Multivariate Data Analysis.pdf*. In *Australia : Cengage: Vol. 8 edition* (p. 758).

Indra, J. (2021). *Penguatan Sistem Kesehatan dalam Pengendalian COVID-19*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Tema dan kapasitas yang diidentifikasi dalam tinjauan pustaka kami memberikan langkah awal dalam menyempurnakan perencanaan strategis dalam memperkuat ketahanan sistem kesehatan untuk memungkinkan para pelaku di berbagai sektor sistem kesehatan mengambil ti

Indriani, N. P. L., Sugiati, G. A., & Indiani, L. P. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Perceived Risk Terhadap

Keputusan Penggunaan Aplikasi Halodoc Di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 5(1), 14–26.
<https://doi.org/10.22225/wmbj.5.1.2023.14-26>

Jin, L. Y., Osman, A. Bin, & AB.Halim, M. S. Bin. (2014). Perceived Usefulness and Trust Towards Consumer Behaviors: a Perspective of Consumer Online Shopping. *Journal of Asian Scientific Research*, 4(10), 541–546.

Jogiyanto. (2003). *Sistem Teknologi Informasi*. Andi.

Kautsar, A., Asandimitra, N., & Aji, T. S. (2019). Financial Self-Efficacy and Entrepreneurial Leadership on SME Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12), 1806–1816.
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5326>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. In *Pearson*.

Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29.
<https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>

Kusnandar, V. B. (2022). *Volume dan Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia (2012–Juli 2022*)*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/28/transaksi-belanja-pakai-uang-elektronik-tembus-rp300-triliun-pada-2021>

Kusnandar, V. B. (2023). *Uang Elektronik yang Beredar Tembus 772 Juta Unit pada November 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/uang-elektronik-yang-beredar-tembus-772-juta-unit-pada-november-2022>

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce*.
- Lim, H. N., Heckman, S. J., Letkiewicz, J. C., & Montalto, C. P. (2014). Financial stress, self-efficacy, and financial help-seeking behavior of college students. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 25(2), 148–160.
- Mahendra, I. (2016). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi -pada PT . ari jakarta. *Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 5(2), 183–195.
- Mahendra, Y. E., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh “Website Functionality”, “Perceived Usability”, dan “Perceived Usefulness” Terhadap Kepuasan Pelan. *E-Proceeding of Management*, 6(6), 2810–2816.
- Masruroh, I., Surjanti, J., & Sholikhah, N. (2021). Perceived Usefulness, Self-Efficacy, and Emotional Engagement: Does It Affect Student’s Satisfaction while using the Platform? *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 13(1), 617–629. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v13i1.536>
- Mitasari. (2020). *Mortalitas terhadap Perkembangan Kasus Covid – 19*. 1–29. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=mitasari+mortalitas+terhadap+perkembangan+kasus+covid+-+19&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DjDDqDqhVwEQJ%0Ahttps://www.academia.edu/42993127/Mortalitas_terhadap_Perkembangan_Kasus_COVID_19
- Noor, N., Batool, I., & Arshad, H. M. (2020). Financial literacy, financial self-efficacy and financial account ownership behavior in Pakistan. *Cogent Economics and Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1806479>
- Oktania, D. E., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use dan compatibility with lifestyle terhadap niat beli di social commerce. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*, 10(1), 255–267.

- Oroh, C. R., Saerang, D. P. E., & Rumokoy, F. S. (2015). the Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Trust on Repurchase Intention of Lion Air E-Ticket. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 367–376.
- Pambudi, A. R. (2019). Analisa Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(2), 1–10.
- Paramitha, D. A., & Kusumaningtyas, D. (2020). *QRIS* (Issue 76). [http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT BUKU DIAN_OK.pdf](http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT%20BUKU%20DIAN_OK.pdf)
- Pravasanti, Y. A., & Ningsih, S. (2019). Pengaruh Kualitas Aparatur Daerah, Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris Satuan Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Sukoharjo). *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 199. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v2i2.6054>
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Reza, V., Snapp, P., Dalam, E., Di, I. M. A., Socialization, A., Cadger, O. F., To, M., Cadger, S., Programpadang, R., Hukum, F., Hatta, U. B. U. B., Sipil, F. T., Hatta, U. B. U. B., Danilo Gomes de Arruda, Bustamam, N., Suryani, S., Nasution, M. S., Prayitno, B., Rois, I., ... Rezekiana, L. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap behavioral Intention To Use Dengan attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening. *Business Law Binus*, 7(2), 33–48. [http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS PUSAT.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS%20PUSAT.pdf) <http://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/> <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results> <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839>

- Riadi, M. (2022). *Perceived Usefulness - Pengertian, Dimensi, Aspek dan Indikator*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2022/09/perceived-usefulness.html>
- Rohmah, Y. M., & Tristiarini, N. (2021). Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(01), 414–425. <http://dx.doi.org/10.29040/jap.v22i1.2310>
- Rosa Merry Yusvita, & Pujani, V. (2020). Influence of Self-Efficacy, and Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Behavioral Intention To Purchase Online in Tokopedia With Perceived Risk, As Variable Mediation. *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 84–106. <https://doi.org/10.36467/makro.2020.05.01.07>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–2.
- Simamora, S. U., & Syafina, L. (2023). *Pengaruh Media Sosial Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Pandan*. 1, 298–312.
- Siswanti, I. (2020). Financial Knowledge, Financial Attitude, and Financial Management Behavior: Self-Control As Mediating. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 28(1), 105–132. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2020.28.1.5>
- Siwi, M. K., Ritonga, M., Sofia, N., & Santoso, M. H. (2023). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Internet Self-efficacy, Subjective Norms and Behavioral Control on Online Purchasing Decisions* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-158-6_46
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of

use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Astuti, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4, 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sek. *Penelitian Empiris*, 1(2017), 25–35.

Utami, Y., & Rasmanna, P. M. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *SAINTEK (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 4(2), 21–24.

Wardana, I. M., & Oktarini, M. A. S. (2018). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Enjoyment terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 227–237.

Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2022). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap penerimaan teknologi informasi web SMB Universitas Telkom. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5717–5725. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2020>

Wiratama, K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan akuntansi dan kompatibilitas terhadap minat umkm dalam menggunakan aplikasi si apik. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Udiksa)*, 13(01), 58–69. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/35566>

Wongso, H., & Ramadania. (2021). Pengaruh self-efficacy, perceived usefulness,

perceived ease of use, dan perceived risk terhadap intention to use mobile banking Bank Kalbar. *Proceeding Seminar Bisnis*, 5, 224–239.

