

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Ali, H., Hamdan, H., & Mahaputra, M. R. (2022). Faktor Eksternal Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness pada Aplikasi Belanja Online : Adopsi Technology Accepted Model. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 587–604.
- Andayani, W., Brawijaya, U., Putrianti, E., Wisdaningrum, O., Putranto, P., & Yanuarisa, Y. (n.d.). *Penguatan Good Governance : Pengalaman Penerapan Electronic Government Pemerintah Daerah Di Indonesia*. 6(2), 116–131.
- 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>
- Bakti, A., Irawan, W. D., Sukaesih, A., Melati, E., & Sudarso, H. (2025). *Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa di Era Society 5 . 0*. 4(2), 8283–8291.
- Effendy, F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence: Intention to Use e-Wallet. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 311–315. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.060>
- Febbyola, R., Mardani, R. M., & Ramadhan, T. S. (2023). Analisa Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang 2019). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 2562–2570.
- Hafizh, A., Inda, T., Rahma, F., & Jannah, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. September, 427–440. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5133>
- Hair, J. (2022). *Research Methods in Applied Linguistics*.
- Hakeem, G., & Ratnasari, R. T. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use Pada Aplikasi M-Banking Bank Umum Syariah Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 696. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp696-705>

- Handayani, S. W., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2023). Behavioral Intention To Use Flip.Id Oleh Perceived Ease Of Use Melalui Attitude Towards Using. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(5), 13–25. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i5.134>
- Hantono, Tjong, W., & Jony. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1815–1830.
- Hardianti, Kartini, Y., & Sarnawiah. (2024). Economics and Digital Business Review Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Kinerja melalui Intention To Use Dalam Menggunakan Sistem Informasi Laboratorium. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 262–275.
- Hartono, P. I., Tulung, J. E., Tumewu, F. J., Pengguna, N., Terus, U., Shopeepay, M., Hartono, P. I., Tulung, J. E., & Tumewu, F. J. (2023). *VALUE ON USER 'S INTENTION TO CONTINUE USING SHOPEEPAY*. 11(3), 1473–1486.
- Heru, M., Chakim, R., Kho, A., Puji, N., Santoso, L., & Agustian, H. (2023). *Quality Factors of Intention To Use in Artificial Intelligence-Based AIKU Applications*. 5(1).
- Hunneman, T., & Napitupulu, D. (2025). *The Continuance Usage Intention of E-Government Services Based on Technology Continuance Theory*. 5(1), 160–167.
- Hutagalung, U., Sukriah, Y., & Ritonga, N. (2021). The Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Intention To Use Gojek Application and Its Impact on Purchase Decision of Gojek Services. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 29(1), 15–34. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2021.29.1.2>
- Indra, T., & Rochman, F. (2025). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN TRUST TERHADAP INTENTION TO USE DIGITAL BANKING WONDR BY BNI DI KOTA MALANG Taufiq. *JIAGABI*, 14(1), 183–193.
- Jatimoyo, D., Rohman, F., & Djazuli, A. (2021). The effect of perceived ease of use on continuance intention through perceived usefulness and trust. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(4), 430–437. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i4.1223>
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62, 101280. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101280>

- Kusuma, K. N., Purwinarti, T., & Mariam, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Gopay. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan MICE*, 10(1), 358–368.
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9), 102009. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Migueli, I., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2024). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap intention to use dengan attitude sebagai variabel intervening pada e-commerce Tokopedia di Yogyakarta. *Journal of Management and Digital Business*, 4(3), 665–680.
- Monica, F., & Japariato, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Mulyaa, S., & Mulyati, Y. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention To Use Aplikasi Gojek Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Layanan Aplikasi Gojek Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(3), 439–448. <https://doi.org/10.47233/jebbs.v3i3.1274>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9584>
- Perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived trust terhadap kinerja pengadaan barang dan jasa: Sistem e-procurement di PT XYZ. (n.d.). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(3 SE-Articles), 507–518. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i3.34350>
- Pradana, W. Y., & Yolanda, M. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention To Use Pada Pengguna Mobile Payment Dana Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.37150/jimat.v5i1.2615>
- Purnamasari, I., Sari, Z. N., Prasetyo, A. R., Marcelliantika, A., & Aruna, A. (2023). *Rancang Desain Sistem Informasi Produk Unggulan Desa Pakisjajar , Kabupaten Malang , Jawa Timur Berbasis Progresive. 1.*
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework MODEL KONSEPTUAL MINAT PENGGUNAAN E-WALLET: TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL(TAM)*. Yayasan Pendidikan Philadelphia.

- Puspita, R. A. M. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna E-Wallet*. Universitas Negeri Semarang.
- Rahmadani, N., & Purnamasari, I. R. (2021). Pengaruh Trust, Perceived Usefulness, Dan Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Use Pada Pengguna Shoopipay. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 253–256.
- Rahmona, F., & Evanita, S. (2025). *Perceived Usefulness as a Mediator in Social Commercial Intention to Use : Perceived Usefulness sebagai Mediator dalam Niat Menggunakan Sosial Komersial*. 26(3), 1–17.
- Ramli, T. S., Studi, P., Law, C., Fakultas, D., Sukarsa, D. E., Padjadjaran, U., Zamil, Y. S., Padjadjaran, U., Muttaqin, Z., Padjadjaran, U., Putri, S. A., Padjadjaran, U., Cahyadi, A., Padjadjaran, U., Ramadayanti, E., Komunikasi, K., Millaudy, R. A., Padjadjaran, U., Hidayat, M. J., ... Padjadjaran, U. (2022). 6, 81–98.
- Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use: Dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 86–92. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i1.13723>
- Saheb, T., Cabanillas, F. J. L., & Higuera, E. (2022). The risks and benefits of Internet of Things (IoT) and their influence on smartwatch use. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 309–324. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0129>
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Septia, N., Anggraini, R., Kurniawan, D., & Hasanah, A. (2024). *Ease of Use , Usefulness , Quality of Information Systems and Culture on the Behavioral Intention of Users of Digital Tax Education Services*. 9(2), 196–204.
- Septiani, A. D., Ariningsih, E. P., & Prasaja, M. G. (2024). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE DENGAN ATTITUDE TOWARD USING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Volatilitas*, 6(5), 25–40.
- Setyawati, C. Y., & Polar, D. C. (2022). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP BEHAVIOR INTENTION TO USE E-WALLET GOPAY MELALUI MEDIASI ATTITUDE TOWARD USING DI KOTA TERNATE. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak PENGARUH*, 22(2), 1–14. <https://doi.org/10.1134/s0320972519100129>

- Setyawati, R. E. (2020a). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.*, 3(1), 39–51.
- Setyawati, R. E. (2020b). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39–51. https://doi.org/10.26460/ed_en.v3i1.1470
- Sidabutar, T. S. E., & Hanani, R. (2025). Pengaruh Variabel Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Pada Aplikasi E-Kinerja Di Kementerian Perhubungan: Tinjauan Berdasarkan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Public Policy and Management Review*, 14(2025), 1–20.
- Sijabat, R. (2020). *Analysis of e-Government Services : A Study of the Adoption of Electronic Tax Filing in Indonesia*. 179–197. <https://doi.org/10.22146/jsp.52770>
- Siregar, F. F., Rahman, H. N., Haykal, K. N., Ilyasa, K. W. A., & Prabowo, M. B. S. (2025). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, DAN TRUSTWORTHINESS TERHADAP INTENTION TO USE DIGITAL PAYMENT OVO PADA MAHASISWA S1 DAN D4 FEB UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA PERIODE 2024 Farhan. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 103–124.
- Syahri, A., & Setyawati, C. Y. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Use Qris Bca Mobile Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(2), 143–151. <https://doi.org/10.32524/jkb.v21i2.949>
- Tanujaya, A. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Intention To Use Aplikasi M-Tix Di Surabaya. *AGORA*, 8(2), 1–12.
- Tyas, R. W., & Azizah, N. (2022). Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(2), 126–140. <https://doi.org/10.30630/jipb.v14i2.772>
- Utami, F. N., & Rahayu, N. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile*. 1, 57–67.
- Wakhida, U. I., & Sanaji, S. (2020). Peran Perceived Usefulness dan Perceived Risk sebagai Variabel Pemediasi pada Pengaruh Perceived Ease of Use dan e-

- WOM Negatif terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1158. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1158-1174>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wiyanti, F. D. (2024). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP INTENTION TO USE BLU BY BCA DIGITAL MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN.”
- Wulandari, R., & Susanti, D. N. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Product Features dan Reference Group Terhadap Keputusan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(2), 199–211. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i2.442>
- Wulandari, S. (2025). *PENGARUH FITUR LAYANAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA PT. BANK BNI CABANG KAB. TANA TIDUNG*. Universitas Boreno Tarakan.
- Yuliana, D., & Wuhan, K. (2022). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN GOOGLE MEET SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DARING SELAMA PANDEMI COVID-19*. April, 8–19.
- Zhang, Y., Ahmad, A., Azman, N., & Mingxia, W. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence Toward Purchase Intention Mediated by Trust in Live Streaming Platform. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(9), e1284. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i9.1284>
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Jumini, S., Haryati, T., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). *Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif*. Widina Media Utama.