

DAFTAR PUSTAKA

- Acha Bella Firdayanti, Erna Puspita, & Andy Kurniawan. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat UMKM untuk Bertransaksi Menggunakan Fintech/Financial Technology Sebagai Layanan Pembayaran Digital: Studi pada UMKM Kabupaten Nganjuk. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2252–2269. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.359>
- Aryawan, T. P., Saragih, A. B., Septiwana, B. D., Yantiana, N., & Manunggal, R. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Pada Minat Wajib Pajak Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Menggunakan Tokopedia Pada Kabupaten Ketapang. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(2), 134–150.
- Bahri, S., & Listiorini. (2020). Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. 7597(2), 159–170.
- Choirotul Mahmudah, S.(2024). Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi E-Wallet XYZ Di Gresik. 5(2), 7552–7563. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/5469/3051>
- Daniati, N., & Ismatullah, I. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Nasionalisme Wajib Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(3), 275–282. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i3.985>
- Fatimah, O. M., & Syamsiah. (2023). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Trust*, *Perceived Self-Efficacy*, *Perceived Ease of Use*, Dan *Perceived Security* Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology*. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 9(2), 1–15.
- Fawzi, Z., & Onoyi, N. J. (2024). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan

- Kepuasan, Kecepatan, Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Penggunaan E-Filling Pada Wajib Pajak Badan Di Kpp Madya Batam. *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Batam*, 13(2), 26–35. <https://doi.org/10.37776/zuang.v13i2.1507>
- Fred D. Davis. (2015). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. September 1989.* <https://doi.org/10.2307/249008>
- Gendis Chintia Luna & Eka Sudarusman.(2023). Pengaruh Keamanan, Convenience Risk, dan Persepsi Risiko Produk terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah ...*, 3(2), 189–206. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/344%0Ahttps://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/344/172>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hapsari, N. M., Prawiradilaga, R. R. S., & Muhandi, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Masyarakat Kota Bogor dalam Penggunaan Layanan Telemedicine (Studi Pada Pengguna Aplikasi Halodoc, Alodokter, Yesdok). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 100–119. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i3.1363>
- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, terhadap Keputusan Belanja pada Aplikasi Digital Cumart dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13725–13733.
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA: Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(3), 1395–1406. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3785>

- Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat , kemudahan penggunaan , risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
- Indrasari, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepuasan Wajib Pajak terhadap Penggunaan. 4(2), 15–32.
- Lannai, D., & Insyirah, A. A. (2024). Persepsi Kemudahan dan Keamanan Data dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi *E-Commerce*. 7(2), 1958–1970.
- Maharani, S. A., & Sundari, E. (2024). *Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , Trust Dan Security Terhadap Behavioral Intention To Use Bri Mobile (Studi Kasus : Pada Pengguna Brimo Di Kota Pekanbaru)* Salsabila Aprilia Maharani Prodi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis , U. 18(1), 161–176.
- Muhamad Faiz Alawi, H. Ari Arisman, & Barin Barlian. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 194–203. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2021>
- Niken, F., Furi, A., Sandra, C., & Witcahyo, E. (2019). *Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen RSUD Kaliwates Jember Tahun 2019 (Factors Affecting Perception of Ease and Benefit of Using Management Information Systems at Kaliwates Hospital , Jember 201*. 9(1), 2019–2021.
- Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO*. 6, 54–61.
- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Consumer Trust towards Merchant

Intention in using QRIS as a Digital Payment Method. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 904.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42664>

Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155.

<https://doi.org/10.22225/We.22.2.2023.142-155>

Purwantini, F., & Tripalupi, L. E. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 48.
<https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29201>

Rahayu, S., Rosadi, B., & Alhadihaq, M. Y. (2023). Implementasi E- Samsat Untuk Membangun. 6(2), 496–506.

Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62.
<https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>

Safeena, R., Abdullah, & Date, H. (2010). Journal of Internet Banking and Commerce. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15(1), 1–11.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-92534-9_12

Salsabilla, S. ; Z. D. . (2019). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Bri Di Persepsi Resiko *Analysis of Intention Use Bri Mobile Banking in Indonesia , From Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use and Perceived Risk. E-Prosiding of Management*, 6(2), 2007–2014.

Sella, Sumarno Manrejo, I. E. (2023). Pengaruh Keamanan Dan Kerahasiaan, Kecepatan, Kompleksitas Dan Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Minat Wpop Dalam Penggunaan E-Filing (Studi Di Kpp Pratama Cibitung).

- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). *The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Sugiyono, P. D. (2021). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). Alfabeta Bandung.
- Vo, T. T. ., & Nguyen, C. T. . (2015). *Factors Influencing Customer Perceived Quality and Purchase Intention toward Private Labels in the Vietnam Market: The Moderating Effects of Store Image. International Journal of Marketing Studies*, 7(4). <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n4p51>
- Wawan Supriyatna, Z. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli di *E-Commerce* Tokopedia di Tangerang Selatan. 495–508.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Technology Acceptance*. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0067-6_4
- Wijaya, J. P. (2023). *Banking Pada Umkm Di Kota Palembang*. 2(1), 1–18.
- Winarno, B. H., & Laurens, S. (2024). Analisis Dampak Revolusi Industri 4.0 Terhadap Administrasi Publik Di Indonesia. 7, 12107–12112.
- Wulandari, E., & Septiani, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Economina*, 3(1), 87–95. <https://doi.org/10.55681/Economina.V3i1.1141>
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)Pengaruh

Persepsi Risiko, September. <https://doi.org/10.24269/Iso.V3i1.243>

Zhao, H., & Khaliq, N. (2024). *In quest of perceived risk determinants affecting intention to use fintech: Moderating effects of situational factors. Technological Forecasting and Social Change*, 207(August), 123599. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123599>