

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (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.
- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai Pengguna E-wallet dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and E-wallet Usage Intention: A Multigroup Analysis Between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1804181. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Akbari, M., Rezvani, A., Shahriari, E., Zúñiga, M. Á., & Pouladian, H. (2020). Acceptance of 5 G technology: Mediation role of Trust and Concentration. *Journal of Engineering and Technology Management*, 57, 101585. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101585>
- Al nawayseh, M. K. (2020). FinTech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of FinTech Applications? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 153. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>
- Alghifari, aruf Y., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee: Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto . *Jurnal Manajemen*. <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/635/428>
- Anouze, A. L. M., & Alamro, A. S. (2019). Factors affecting intention to use e-banking in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 86–112. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2018-0271>

- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Astiti, F. D., & Yushita, A. N. (2021). Pengaruh Faktor TAM, TPB, Persepsi Risiko dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Produk E-Money pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(2), 32–43.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 6(1), 54–61. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v28.i03.p08>
- Cahyo, D. N. (2019). Pengaruh Perceived Risk dan Perceived Technology terhadap Online Purchase Intention pada Shopee dengan Online Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris terhadap Masyarakat Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 799–810.
- Chauhan, V., Yadav, R., & Choudhary, V. (2019). Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 323–339. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0028>

- 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>
- Che Nawi, N., Mamun, A. Al, Hayat, N., & Seduram, L. (2022). Promoting Sustainable Financial Services Through the Adoption of eWallet Among Malaysian Working Adults. *SAGE Open*, 12(1), 215824402110711. <https://doi.org/10.1177/21582440211071107>
- 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*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/34881>
- Durman, T. Y., & Musdholifah. (2020). Integrasi Technology Acceptance Model Dan Theory of Planned Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada Pengguna Ovo Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 621–633.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(2), 85–93.
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay di Kota Malang saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Febriyani, K., & Suprajitno, D. (2020). Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Sistem Keuangan Desa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 515–528. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.625>



- Firman, Pratama, R., Tersta, F. W., & Susilana, R. (2020). Pengembangan Karir Tenaga Kependidikan di Universitas Jambi: Penilaian Instrumen Melalui Analisis Faktor. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, *18*(2), 112–124.
- Fitroh, R., & Suyono, H. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Resiliensi Ego Menggunakan SEM. *Psyche 165 Journal*, 205–201. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v13i2.80>
- George, A., & Sunny, P. (2021). Developing a Research Model for Mobile Wallet Adoption and Usage. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, *10*(1), 82–98. <https://doi.org/10.1177/2277975220965354>
- Gumussoy, C. A., Kaya, A., & Ozlu, E. (2018). *Determinants of Mobile Banking Use: An Extended TAM with Perceived Risk, Mobility Access, Compatibility, Perceived Self-efficacy and Subjective Norms* (pp. 225–238). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-71225-3\\_20](https://doi.org/10.1007/978-3-319-71225-3_20)
- Gupta, P., Prashar, S., Vijay, T. S., & Parsad, C. (2021). Examining the influence of antecedents of continuous intention to use an informational app: the role of perceived usefulness and perceived ease of use. *International Journal of Business Information Systems*, *36*(2), 270. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.112829>
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eight, Vol. 87). Cengage.
- Harun, A., & Salmah, N. N. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *17*(2), 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, *11*(3), 340. <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Hyun-Sun. (2020). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, *118*(3), 541–569.

- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170–175. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>
- Irvindya. (2019). *Yuk, Pakai ShopeePay! Layanan Uang Elektronik untuk Transaksi di Shopee yang Lebih Praktis!* <https://Shopee.Co.Id/Inspirasi-Shopee/Pakai-Shopeepay-Layanan-Uang-Elektronik-Transaksi-Shopee/>.
- Islam, T., Saif, U.-R., Abid, Ch. M. S., & Ahmer, Z. (2020). How Perceptions about Ease of Use and Risk Explain Intention to Use Mobile Payment Service in Pakistan? The Mediating Role of Perceived Trust. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14(1), 34–48.
- Isna, W. L., Sholihah, L. N., & Kristina, S. M. (2023). Dampak Fitur “Shopeepay” dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Seminar Nasional UNNESA*, 144–157.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 1–12.
- Jundrio, H., & Keni, K. (2020). Pengaruh Website Quality, Website Reputation dan Perceived Risk terhadap Purchase Intention pada Perusahaan E-Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 04(02).
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62, 101280. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101280>
- Keong, O. C., Leong, T. K., & Bao, C. J. (2020). Perceived Risk Factors Affect Intention to Use FinTech. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 6(2), 453–463. <https://doi.org/10.26710/jafee.v6i2.1101>
- 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>

- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust terhadap Intention to Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.64-72>
- Kurniawan, I. A., Mugiono, M., & Wijayanti, R. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence toward Intention to Use Mediated by Trust. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 117–127. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.12>
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta. *Journal of Management*, 11(1), 19–29.
- Latief, F., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*. <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/jiam/article/view/612/449>
- Latief, F., Dirwan, D., & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166.
- 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/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 130–141.
- Megayani, N., Sanosra, A., & Reskiputri, T. D. (2021). Pembayaran Cashless dengan Sistem QR Code dan Perceived Trust terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 3(1), 63–71. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i1.3123>



- Meyliana, Widjaja, H. A. E., Santoso, S. W., Surjandy, Fernando, E., & Condrobimo, A. R. (2020). Improving the Quality of Learning Management System (LMS) based on Student Perspectives Using UTAUT2 and Trust Model. *2020 4th International Conference on Informatics and Computational Sciences (ICICoS)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICICoS51170.2020.9298985>
- Mourtgos, S. M., Mayer, R. C., & O'Rouker, H. (2020). The Overlooked Perspective of Police Trust in the Public: Measurement and Effects on Police Job Behaviors. *Criminal Justice Policy Review*, *31*(5), 639–672.
- Nangin, M. A., Barus, I. R. G., & Wahyoedi, S. (2020). The Effects of Perceived Ease of Use, Security, and Promotion on Trust and Its Implications on Fintech Adoption. *Journal of Consumer Sciences*, *5*(2), 124–138. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.2.124-138>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, *4*(1).
- Nitta, M. A., & Wardhani, N. I. K. (2022). Kepercayaan dalam Memediasi Keamanan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *4*(2), 1105–1120. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.5046>
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, *2*(10), 2806–2822.
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-Payment Service: Interplay of Perceived Risk, Benefit, and Trust in Service Adoption. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, *29*(1), 31–43. <https://doi.org/10.1002/hfm.20750>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, *7*(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>

- Permatasari, C., Yuhertiana, I., & Kirana, N. W. I. (2022). Persepsi Konsumen dalam Melakukan Pembayaran BPJS Kesehatan dengan Menggunakan E-Wallet di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1029–1037. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4502>
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 8(2).
- Prakarsa, G. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Konsumen pada Aplikasi E-Marketplace Lazada Menggunakan TAM. *Sainteks: Jurnal Sains Dan Teknik*, 1(2), 104–116. <https://doi.org/10.37577/sainteks.v1i2.132>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p04>
- Prihayudha, E. K., & Soepatini. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Usefulness dan Perceived Risk terhadap Intention To Use (Studi Empiris Penggunaan Aplikasi Ovo Pada Konsumen Di Surakarta). *Journal of Social Science Research*, 3(5), 7573–7587.
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 574–584.
- Putri, R. R. S., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia melalui Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 347–356.



- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Konsumen Shopee di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 629–636.
- Rahmi, A., & Adhy, S. (2020). Analysis of Server-Based Electronic Money Acceptance Using Partial Least Square Method. *2019 3rd International Conference on Informatics and Computational Sciences (ICICoS)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICICoS48119.2019.8982382>
- Reddy, T. T., & Rao, B. M. (2019). The Moderating Effect of Gender on Continuance Intention Toward Mobile Wallet Services in India. *Indian Journal of Marketing*, 49(4), 48. <https://doi.org/10.17010/ijom/2019/v49/i4/142976>
- Rewah, A. T., Mangantar, M., & Saerang, R. T. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk on Behavioral Intention of E-wallet User (Case Study: Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(04).
- 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>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Saqib, A. R. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Structural Assurance, dan Social Influence terhadap Intention to Reuse Dimediasi oleh Trust (Studi pada Pengguna Aplikasi OVO di Kediri Town Square). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2).

- Sigar, C., Haidar, K., & Astuti, R. F. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan E-Commerce di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Prospek : Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 4(2), 53–61.
- Sitinjak, T. M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Sugiyono, Prof. DR. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharto, Y., & Hariadi, E. (2021). Website Quality Analysis of Human Resources Development Agency Using Webqual 4.0 Method. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(2), 109–121.
- Sulfina, Yuliniar, & Aziz, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (ShopeePay)). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105–116. <https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>
- Sumadi, S., Romdhoni, A. H., & Fatakhurohim, F. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2195–2201.
- Sunardi, R., Suhud, U., Purwarna, D., & Hamidah, H. (2021). Examining the Factors Contributing to Fintech Peer-to-peer Lending Adoption. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 7(2).
- Syaputra, R., & Putri, S. E. (2024). Pengaruh Website Quality, Perceived Risk, dan Online Customer Review Terhadap Online Customer Trust Melalui Online Purchase Intention Sebagai Mediator (Studi Kasus Pada Pembelian Situs Belanja Online E-Commerce). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(1).
- Tang, K. L., Ooi, C. K., & Chong, J. B. (2020). Perceived Risk Factors Affect Intention To Use FinTech. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 6(2), 453–463. <https://doi.org/10.26710/jafee.v6i2.1101>

- Teresha, C., Fazri, A., & Musnaini, M. (2022). Pengaruh Diskon, Voucher, dan Cashback terhadap Minat Konsumen menggunakan Pembayaran Elektronik ShopeePay. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 20–27.
- To, A. T., & Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>
- Trinh, H. N., Tran, H. H., & Vuong, D. H. Q. (2020). Determinants of consumers' intention to use credit card: a perspective of multifaceted perceived risk. *Asian Journal of Economics and Banking*, 4(3), 105–120. <https://doi.org/10.1108/AJEB-06-2020-0018>
- Utami, F. N., Yossinomita, & Rahayu, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking dengan Trust sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 57–67. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.86>
- Widya, D., & 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).
- Yang, M., Mamun, A. Al, Mohiuddin, M., Nawir, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Sustainability*, 13(2), 831. <https://doi.org/10.3390/su13020831>

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*