

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 2(1).
- Ajzen, I. 1991. *The Theory Of Planned Behaviour. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol 50, 179-211.
- Al-Smadi, M. O. (2012). *Factors affecting adoption of electronic banking : An analysis of the perspectives of banks ' customers Factors Affecting Adoption of Electronic Banking : An Analysis of the Perspectives of Banks ' Customers*. *International Journal of Business and Social Science*, 3(17), 294–309.
- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. *Interfaces*, 30.
- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online. *Prosiding The 12<sup>th</sup> Irwns*.
- Ardinia, T. (2012). Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online Dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online Di D'Shetwo Boutique. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XI(1), 51–75.
- Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia Teori Dan Penerapannya*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Bank Indonesia. (2017). Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 19/14/PADG/2017 Tentang Ruang Uji Coba Terbatas (Regulatory Sandbox) Teknologi Finansial". Jakarta: Bank Indonesia.
- Baridwan Zaki, P. R. (2013). Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi*.
- Davis, F. D. (1989). Davis 1989.pdf. In *MIS Quarterly* (Vol. 13, Issue 3).
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *None*, 5(4), 251442.

- Financial Stability Board. 2017. Financial Stability Implications from FinTech: Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities' Attention. <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/R270617.pdf>
- Galloway, I. (2009). *Peer-to-Peer Lending and Community Development Finance*. 21(3).
- Gardner, C., & Amoroso, D. L. (2004). Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 37. <https://doi.org/10.1109/hicss.2004.1265623>
- Ghazali, I. (2008). Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip*. Semarang.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Ukm Di Kota Yogyakarta. In *Admin Akuntansi FE* (Vol. 2, Issue 1).
- Herdjiono, I., & Damanik, A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- HM, Jogyanto. 2007. *Sitem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset: Yogyakarta.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/11/satgas-waspada-investasi-telah-blokir-4352-pinjol-ilegal-sejak-2018>
- <https://sidoarjokab.bps.go.id>
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Default.aspx>
- <https://fintechnews.sg/45513/indonesia/indonesia-fintech-report-and-map-2020/>
- Kartika, R. (2019). Analisis Peer To Peer Lending Di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 75–86. <https://doi.org/10.35457/AKUNTABILITAS.V12I2.902>
- Maharama, Arif Reza dan Noor Kholis. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal EKOBIS Vol.19, No.2.

- Mulyadi, N. (2012). Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan. *Bandung: Alfabeta*.
- Murdwiyanto, E. F. (2018). *Faktor – Faktor yang Memengaruhi Keputusan UMKM dalam Mengambil Pinjaman melalui Peer to Peer (P2P) Lending*. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/94576>
- Murphy, J. (2016). Peer-To-Peer Lending: Structures, risks and regulation. *JASSA The Finsia Journal of Applied Finance*. <https://ssrn.com/abstract=2862252> Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=2862252>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Niko Ramadhani. 2021. *Memahami Sebenarnya apa Itu Teori Perilaku Keuangan*. <http://www.akseleran.co.id>
- Nofsinger, John R. 2001. *Investment Madness: How Psychology Affects Your Investing An What To Do About It*. Prentice Hall.
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease Of Use, Risk Terhadap Intention To Buy Online Patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>
- 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). <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In *Salemba Empat*.
- Pratiwi, Devy Pishelia. 2012. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking Dengan Dimediasi Minat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya. *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*.
- R, Y. W. A., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan mobile banking(M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model(Tam) Dan Theory of Planned Behavior (Tpb). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.

- Rahayu, P. D. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat transaksi dengan menggunakan i-banking: Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rita Kusumadewi, R., Ayus Ahmad Yusuf, & Wartoyo. (2019). Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Pondok Pesantren. [web.syekhnurjati.ac.id](http://web.syekhnurjati.ac.id)
- Sangadji, E. mamang, Sopiah, & WK, N. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. In *Andi Offset*. Yogyakarta.
- Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2013). Penerimaan Sistem E-Commerce : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sarwono, Jonathan. (2018). *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Savitri, A. et. a. (2021). Pinjaman Online di Masa Pandemi Covid-19 bagi Masyarakat Aceh. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22 nomor 2, 116–124.
- Shefrin, H. (2000). *Beyond Greed and Fear: Understanding Behavioral Finance and the Psychology of Investing*. Harvard Business School Press - Hersh Shefrin - Google Buku.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Edisi ke-2. Depok:Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2010). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta. *International Migration Review*, 47(2).
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta).
- Sujarweni, Wiratna. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Susanto, H., Wathan, H., & Fadhilah, D. (2021). Pengaruh efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi pada fintech. *Jurnal Konferensi Nasional Dan Engineering Politeknik Negeri Medan, April*.
- Utari, Riza Hardianti. 2020. *Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi E-Wallet (Studi Pada Pengguna E-Wallet DANA Di Indonesia)*. Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research 5(1), 215-226, 2021.
- Vijayasarathy, L. R., & Jones, J. M. (2000). Print and Internet catalog shopping: Assessing attitudes and intentions. *Internet Research*, 10(3),

191–202. [https://doi.org/10.1108/10662240010331948/FULL/XML](https://doi.org/10.1108/10662240010331948)

Wardhana, O. H. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).

Yuningsih, Y. (2020). *PERILAKU KEUANGAN DALAM BERINVESTASI*.

Yuniningsih, Y., Santoso, B., & Atestasi, /. (2020). Does Family Environment Moderate The Effect of Financial Literacy, Attitudes and Motivation on Investment Interest. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2).

Yuniningsih, Dkk. 2020. *Lecturer's Behavior Finance In Making Investment Decisions On Financial Assets From The Perspective Of Psychological Factors*. The Spirit Of Society Journal, Vol 5 No 2 ISSN: 2597-4741 E-ISSN: 2594-4777.

Zuelseptia, S., Rahmiati, R., & Engriani, Y. (2018). *The Influence of Perceived Risk and Perceived Ease of Use on Consumers Attitude and Online Purchase Intention*. 57(Piceeba), 384–390. <https://doi.org/10.2991/piceeba-18.2018.70>