

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-pay pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Anwar, M. K., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Sport Station Dinoyo Kota Malang). *Jiagabi*, 11(1), 97–104.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Astuti, D. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Jurnal Mirai Management dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 414–430.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*, 6(1), 54–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Bank, I. (2018). *Mengenal Financial Teknologi*.
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). *On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution*. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249690>
- Davis, F. D. J. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems : theory and results. *Science*, 146(3652), 1648–1655. <https://doi.org/10.1126/science.146.3652.1648>
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Ernanda, D. (2023). *Konsep dan Keuntungan Menggunakan OVO pada Bisnis Online*. PT Majoo Teknologi Indonesia.
- Firdausya, I. (2021). *Begini Cara OVO Melindungi Data Pribadi Penggunanya*. https://mediaindonesia.com/teknologi/440852/begini-cara-ovo-melindungi-data-pribadi-penggunanya#google_vignette
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program IBM SPSS 25*

Edisi 9 (9 ed.). Badan Penerbit - Undip.

- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *ANALISIS MULTIVARIAT DAN EKONOMETRIKA (Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10)* Edisi 2.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Darojatul Romli, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompot Digital Ovo Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal for Management Student (JFMS)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.35706/jfms.v1i1.5386>
- Kesuma, P., & . N. (2023). Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesy.a.v6i1.979>
- Kurniawan, D. (2020). Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat penggunaan ovo. *Prisma: Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 01(04), 18–28.
- Meyrilliana, P., & Samsir, & A. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas ria. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Mileniumiati, N., Nursanta, E., & Masitoh, S. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET ELEKTRONIK OVO. *Cahaya Mandalika*, 227–237.
- Natalia, O., & Tesniwati, R. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722–1730. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.344>
- Nenandha, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Novalianti, T., & Saad, B. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna E-Payment (Studi Empiris Terhadap Pengguna Gopay Dan OVO Di DKI Jakarta Dan Depok). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5(2), 54. <https://doi.org/10.35384/jemp.v5i2.244>
- Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO

- Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 193–201. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>
- Nurjanah, A. (2020). Persepsi Penggunaan OVO Terhadap Minat dan Kepuasan Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Barat). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 122–131.
- Panggabean, R. M., Harianja, C. L., & Saputra, I. (2024). Analisis Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Indonesia (GoPay) dengan Menggunakan Metode TAM. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(4), 1479–1487. <https://doi.org/10.47065/josh.v5i4.5379>
- Pasaribu, I. S. B., Herwati, D. A., Utomo, D. K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In A. Muhaimin (Ed.), *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. MEDIA EDU PUSTAKA.
- Pavlou, P. A. (2014). 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>
- Putri, D. M., & Sisilia, K. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Repurchase Intention dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening Pada Tiket.Com. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 10(2), 1656–1667.
- Putri, H. R., & Trisnaningsih, S. (2025). Analysis of Determinants of Interest in using Financial Technology: A Literature Study. *UMMAT Scientific Journals*, 2(April), 89–94.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Richard, A. S. (2023). *Sistem Pembayaran Cashless Bak Pisau Bermata Dua: Tindak Pidana Berkedok Kemajuan Teknologi*.
- 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>
- Rohman, K., Khalikussabir, & Rachmadi, K. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Transaksi Digital

Pada E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi Ovo). *Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 510–518.

Sari, W. P. L., Trisnaningsih, S., & Vendy, V. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 8(2).

Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

Sugiyono, D. P. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). In *Alfabeta, CV*.

Sugiyono, D. P. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*.

Sugiyono, D. P. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). In *Alfabeta, CV*.

Susanto, D., Fadhillah, M., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Study Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 89–97. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v3i2.3911>

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Syarifuddin, D., & Ibnu, A. S. D. (2022). *Metode Riset Praktis: Regresi Berganda dengan SPSS* (S. Al Saudi (ed.)). Bobby Digital Center.

Uly, Y. A., & Sukmana, Y. (2021). *Kini Bayar Uang SPP Bisa Pakai OVO, Ini Caranya*. PT. Kompas Cyber Media (Kompas Gramedia Digital Group).

Umaroh, S., Rindiyan, R., & Prasetyo, M. R. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi Ovo Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Rekayasa Hijau*, 7(1), 49–60. <https://doi.org/10.26760/jrh.v7i1.49-60>

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Journal of Decision Sciences Institute*, 39(2), 273–315.

Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Nomor 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model (TAM)*. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0067-6_4
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, N., Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian., D., Nurcahyati, S., Sjahriani, T. D., Armi, N., Widya, N., & Rogayah, N. (2023). BUKU AJAR METODE PENELITIAN. In *Cv Science Techno Direct*.
- Wiradimaja, M. F., & Rikumahu, B. (2019). Pengaruh Faktor Risiko dan Faktor Kepercayaan terhadap Adopsi Electronic Wallet Menggunakan Model TAM (Studi Kasus: E-Wallet Ovo di Kota Bandung). *Proceeding of Management*, 6(2), 2457–2465.
- Wulandari, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–18.
- Xaveiryus, L. W., & . A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay di Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 5, September*.
- Xaveiryus, L. W., & Apriyanti. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay di Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 5, September*.
- Yanti, L. R., Isnaeni, N., & . R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Islamic Economic and Finance*, 3(3), 157–167.