

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Anjeli, R., Putri, D. C. S., Perengki, M., & Soleh, E. (2025). *Penggunaan Cashless Di Lingkungan Mahasiswa*. Penerbit Widina.
- Algusri, J., Magdalena, M., Misral, M., Karimi, K., & Diva Darmawani, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 13(2), 222–231. <https://doi.org/10.37859/jae.v13i2.5915>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dewi, K. S., & Cahyadi, I. G. P. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Wallet pada Generasi Z: Peran Insentif Finansial dan Integrasi Layanan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(1), 15-30.
- Fitriyanto, D., Indriasari, I., & Nastiti, P. R. (2025). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Semarang Angkatan 2020. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2733-2738.
- Fortuna, T. K. D. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech E-wallet ShopeePay pada Generasi Z di Kabupaten Sleman* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kim, K. J., Shin, D. H., & Lee, S. K. (2019). Factors Affecting User Intention to Use Mobile Payment: An Extension of TAM. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(1), 1–18.
- Rahmawati, M., & Rosa, A. (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>

- Saputra, R., & Ridhaningsih, F. (2025). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Security Regarding Continuance Intention to Use E-Wallet Dana with Hedonic Value as a Mediating Variable (case study on students of Padang State University). *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1), 317–328. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1>.
- Sindy, P., & Ali, S. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Fintech Shopeepay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(2), 141–154.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Surendro, T., Hapsari, A. D., & Purwanto, A. (2023). Pengaruh PEOU, PU, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Indonesia*, 5(1), 45–56.
- Suryati, S., & YOGA, I. S. (2021). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Trust Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunann E-Wallet Sebagai Pembayaran Non Tunai (Studi Kasus pada GenBI Solo)* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(1), 122-131.
- Zuniatami, A. L., & Mahardhika, A. S. (2025). The Role of Perceived Security in E-Wallet Adoption Using TAM Among Generation Z. *Jurnal E-Bis*, 9(2), 802–817. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i2.2263>