

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, faktor sosial, literasi keuangan digital, dan risiko terhadap minat penggunaan *fintech* shopeepay dengan 140 responden yang merupakan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang menunjukkan bahwa:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Faktor Sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

6. Minat penggunaan *fintech* berpengaruh positif terhadap penggunaan *ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Faktor Sosial tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
9. Faktor Sosial berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
10. Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap persepsi manfaat penggunaan *fintech ShopeePay* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian

Sebagaimana penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dengan variabel dan responden yang berbeda.
2. Masih terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi minat penggunaan

Financial Technology ShopeePAY yang belum dimasukkan pada penelitian ini seperti variabel kepercayaan, privasi, kebiasaan dan sebagainya. Oleh sebab itu peneliti yang tertarik melanjutkan permasalahan selanjutnya diharapkan menambah salah satu variabel tersebut. Saran tersebut untuk mendorong penelitian meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.

5.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditemukan implikasi penting berkaitan dengan Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology ShopeePAY* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Berdasarkan kesimpulan dan saran, maka implikasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penyedia layanan shopeepay untuk terus meningkatkan minat menggunakan *fintech* shopeepay kepada pengguna, perusahaan dapat melakukan survey secara berkala kepada pengguna *fintech* shopeepay untuk dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pengguna serta mengimplementasikannya, agar meningkatnya minat pengguna.
2. Disarankan untuk dapat mengurangi risiko kerugian dengan cara meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengguna layanan serta memperkecil kemungkinan kerugian pada saat penggunaan yang tinggi dengan tujuan tidak adanya pihak yang akan dirugikan dalam penggunaan layanan *fintech* shopeepay.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, M. S., Chandio, F. H., Soomro, A. F., & Shah, F. (2011). Social influence, voluntariness, experience and the internet acceptance: An extension of technology acceptance model within a south-Asian country context. *Journal of Enterprise Information Management*, 24(1), 30–52. <https://doi.org/10.1108/17410391111097410>
- Adiandari, A. (2022). *Pengantar Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Nas Media Indonesia.
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Adiyanti. (2015). *Digital era 4.0*. Jakarta: Erlangga.
- 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 and Management*, 7(1), 1-16.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1–33. <https://doi.org/10.1080/14792779943000116>
- Amrita, N., Supartha, W., Giantari, G., & Ekawati, W. (2023). *Niat Menggunakan E-MONEY Berlandaskan Tri Kaya Parisudha: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Manifes Media.
- Ardi, B. K. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan, Sikap, Dukungan Teknologi Terhadap Niat Yang Berdampak Penggunaan Senyatanya Software Myob Pada Lembaga Pendidikan Kursus Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 20(34), 1–14.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asja, H., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>

- Audina, M., Isnurhadi, & Andriana, I. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet). *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(2), 99–116.
- Audina, M., Isnurhadi, I., & Andriana, I. (2022). Factors that Influence Behavioral Intention of Digital Financial Transactions on the Millennial Generation in Palembang. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 17872–17883.
- Averweg, U. (2008). Information Technology Acceptance in South Africa: An Investigation of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Actual System Use Constructs. *The African Journal of Information Systems*, 1(1), 44–66. <https://digitalcommons.kennesaw.edu/ajis>
- Ayudya, A. C., & Wibowo, A. (2018). The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(2), 335–349. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1691>
- Bagla, R., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0144>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). on the evaluation of srtructural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94.
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer attitude and behavioural intention towards Internet banking adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67–102. <https://doi.org/10.1108/JIBR-02-2014-0013>
- Chandra, F., & Novita, D. (2020). Analisis Penerimaan Masyarakat Terhadap Layanan Transportasi Online Menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). *JTSI:Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 1(1), 23–33.
- Chau, P. Y. K., & Hu, P. J. H. (2001). Information technology acceptance by individual professionals: A model comparison approach. *Decision Sciences*, 32(4), 699–719.
- Chen, N. (2019). Extending a TAM–TTF model with perceptions toward telematics adoption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2018-0074>
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., & Yeung, A. C. L. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(3), 1558–1572.

- Cheng, Y.-M. (2014). Exploring the intention to use mobile learning: the moderating role of personal innovativeness. *Journal of Systems and Information Technology*, 16(1), 40–61. <https://doi.org/10.1108/JSIT-05-2013-0012>
- Chin, W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Cho, J., & Lee, J. (2006). An integrated model of risk and risk-reducing strategies. *Journal of Business Research*, 59(1), 112–120.
- Chris, H. (2017). A mixed methods empirical exploration of UK consumer perceptions of trust, risk and usefulness of mobile payments. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 354–369.
- Danuarta, G. L. N., & Darma, G. S. (2019). Determinants of Using Go-Pay and its Impact on Net Benefits. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11), 173–182. www.ijisrt.com
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- De Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(8), 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Dharmawan, B., Mulyanto, & Vidyasari, R. (2021). Bima Satria Dharmawan Mulyanto Rahmanita Vidyasari Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Politeknik Negeri Jakarta. *ACCOUNT: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 8(1), 1437–1445.
- Diana, N. (2018). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia". Thesis. Universitas Islam Indonesia.
- Elhajjar, S., & Ouaida, F. (2019). An analysis of factors affecting mobile banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 352–367.

- Ericaningtyas, R., & Minarso, B. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Auditing*, 2(2), 1–20.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Journal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.
- Faddila, syifa, Fadli, U., & Fauji, R. (2022). Analisis Karakteristik Pengguna Shopeepay Sebagai Dompot Digital Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i2.2279>
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 82–89.
- 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.
- Faramitha, A., Wahyudi, & Desmintari. (2021). Analisis perilaku manajemen keuangan pada generasi milenial. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 17(1), 19–29.
- Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU. *Komunika*, 17(2), 1–11.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Reading). MA: Addison-Wesley.
- Fornel, C., & Larcker, D. . (1981). Evaluating Strutural Equatution Model with unobservable Variables and Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: UNDIP.
- Gio, P. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS*. Medan: Uwais Inspirasi Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/PARTIAL_LEAST_SQUARES_STRUCTURAL_EQUATIO/TPGiEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=overview

- Giriani, A., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan E-MONEY. *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 6(2), 27–37.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183–195. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePAY Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2), 102–117.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hartanti, L. P. S. (2021). Pendekatan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Penerimaan Teknologi (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Payment). *Buletin Profesi Insinyur*, 4(1), 1–6.
- Hermanto, S. B., & Patmawati, P. (2017). Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(2), 67–81.
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19.
- Im, I., Kim, Y., & Han, H. J. (2008). The effects of perceived risk and technology type on users' acceptance of technologies. *Information and Management*, 45(1), 1–9.
- Indahyani, K., & Dewi, I. G. A. K. R. S. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 12(3), 932–942.

- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Istiarni, P., & Hadiprajitno, P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., & Vitale, M. R. (2000). Consumer trust in an Internet store. *Entomologia Experimentalis et Applicata*, 103(3), 45–71.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Jogiyanto. (2012). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kamil, I. (2020). Cashless Society: Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku istem Penggunaan Financial Technology. *Al-Mal: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(2), 98–114. <https://doi.org/10.24042/al-mal.v1i2.6501>
- Khoirunnisa, & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 979–984. <https://www.ovo.id/>
- Kinanti, S. A., & Mukhlis, I. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan* , 2(1), 11–25. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p11-25>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran jilid 1* (Edisi 2). Jakarta: Erlangga.
- 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.

- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-money di jawa tengah. *AKUNTOTEKNOLOGI: Jurnal Ilmia Akuntansi dan Teknologi*, 12(1), 1–13.
- Kurniawan, T., Milanda, D., & Primastiwi, A. (2022). Norma Subyektif Dalam Penerimaan Aplikasi Emas Digital Dengan Menggunakan Model TAM. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 15(2), 637–646.
- Kusuma, A., & Syahputra. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet Di Kota Bandung 2020. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 108–114. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i2.2080>
- Legi, D., & Saerang, R. (2020). The Analysis Of Technology Acceptance Model (TAM) On Intention To Use Of E-Money In Manado (Study On: Gopay, OVO, DANA). *Jurnal EMBA*, 8(4), 624–632.
- Lim, W. M., & Ting, D. H. (2012). E-shopping: An analysis of the technology acceptance model. *Modern Applied Science*, 6(4), 49–62. <https://doi.org/10.5539/mas.v6n4p49>
- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 1–5.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *JMK: Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(1), 76–85.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet Banking Adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- Martono, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(3), 246–262.
- Mawardani, F., & Renny, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463. <https://katadata.co.id>

- Mention, A. (2019). The Future of Fintech. *Research Technology Management*, 62(4), 59–63. <https://doi.org/10.1080/08956308.2019.1613123>
- Misissaifi, M., & Sriyana, J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(1), 109–124. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>
- Muhammad, F. W. H. P. (2016). Studi Analisis Risiko Industri Pengolahan Batu Kapur Menjadi Pupuk Dolomite di Usaha Dagang (UD) Lara. Thesis, Universitas Andalas.
- Mukti, V., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2022). Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(1), 52–58.
- Mulyantini, S., & Indriasih, D. (2021). *Cerdas memahami dan mengelola Keuangan bagi masyarakat di era Informasi Digital*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Namahoot, K., & Laohavichien, T. (2018). Assessing the intentions to use internet banking: The role of perceived risk and trust as mediating factors. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 256–276. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0159>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Ndubisi, N. (2003). Service Quality: Understanding Customer Perception And. *Jurnal i-lib UGM*, 5(2), 207–219.
- Niswah, F., Mutmainah, L., & Legowati, D. (2019). Muslim Millennial ' S Intention of Donating for Charity Using Fintech Platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623–644.
- Novitasari, & Sari, M. (2021). Pengaruh Social Influence, Fintech Knowledge, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Brand Image Perusahaan Terhadap Penggunaan Marketplace Oleh Umkm Di Jabodetabek. *Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 125–136. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i2.3603>
- Nurdin, Azizah, W., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>

- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516–524.
- Pamungkas, R. P., Jhoansyah, D., & Komariah, K. (2023). Analisis Persepsi Manfaat Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Pay. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 341–349.
- Pavlou, P. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce - Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. *Information Systems Journal*, 7(2), 1–28. <http://aisel.aisnet.org/digit2001/2>
- Phongsatha, T., & Jirawoottirote, V. J. (2018). Faktor Influencing Online Purchase Intention. *Assumption University-eJournal of Interdisciplinary Research*, 3(2), 249–258. <https://doi.org/10.7868/s0869565218050249>
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859-872.
- Pradita, L., & Munari. (2021). Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Subsidy Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Pada E-Commerce. *Equilibrium*, 10(1), 9–23.
- Pratama, A., & Suputra, I. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953.
- Pratiwi, N. (2014). Pengaruh Risiko Usaha Terhadap Skor Kesehatan. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 201–216.
- Putri, K., Amirudin, & Purnomo, M. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA*, 14(1), 125–135.
- Putritama, A. (2021). Manfaat Dan Risiko Yang Mempengaruhi Kelanjutan Niat Penggunaan Fintech Pembayaran Seluler. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(2), 214–227.
- Rachbini, W., Salim, F., Haque, M., & Rahmawati, E. (2019). Analisis Niat Pembelian Ulang E-Commerce Mobile dengan Pendekatan Technology Acceptance Model

- (TAM). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 5(3), 530–540.
- Rahayu, I. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 138–150. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Ramadhan, A., Prasetyo, A., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 131–145.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139.
- Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. (2014). Technology acceptance model (TAM) and social media usage: An empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(1), 6–30. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2012-0011>
- Rembulan, N., & Firmansyah, E. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111–128.
- 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.
- Rodiah, S., & Melati, I. (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), 66–80. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Rusadi, F., & Benuf, K. (2020). Fintech Peer to peer Lending as a Financing Alternative for the Development MSMEs in Indonesia. *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum*, 28(2), 232–244. <https://doi.org/10.22219/ljih.v28i2.12865>
- Ryu, H. (2018). Industrial Management & Data Systems Article information : What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type.

- Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.384>
- Santoso, B., & Zusrony, E. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1), 49–54. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v11i1.150>
- Santoso, S. (2001). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saputri, L., & Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kesesuaian Tugas, dan Kondisi yang Memfasilitasi Pengguna Terhadap Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Pengelola Keuangan Daerah (SIPKD) (Survei pada Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen). *Kajian Akuntansi*, 11(2), 399–404.
- Sari, M., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 126–134.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Nomor September). Jerman: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Schermelleh, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research-online*, 8(2), 23–74.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6 jilid 1). Jakarta: Salemba Empat
- Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca. (2021). Financial technology. Surabaya: In *Umsida Press*.
- Siswanti, T. (2022). Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsuraya*, 7(2), 89–105.
- Sopiah, Sangadji, & Mamang, E. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, H., Joni, Rasyid, A., & Kurniaputri, M. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1845–1857.
- 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. <https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>
- Sunarya, I. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (tam). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(3), 1414–1422.
- Suryanto. (2017). *Manajemen Risiko dan Asuransi* (2 ed.). Banten: Universitas Terbuka.
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 175–186.
- Syarwani, A., & Ermansyah, E. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Sistem Keuangan Desa Di Kabupaten Tabalong Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4(1), 1–13.
- Tangke, N. (2004). Analisa Penerimaan Penerapan Teknik Audit Berbantuan Komputer (Tabk) Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Badan Pemeriksa Keuangan (Bpk) Ri. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(1), 10–28.
- Taufik, N., & Hanafiah, M. H. (2019). Airport passengers' adoption behaviour towards self-check-in Kiosk Services: the roles of perceived ease of use, perceived usefulness and need for human interaction. *Heliyon*, 5(12), 1–9.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://www.jstor.org/stable/23011007>
- Thaha, S., Hatidja, Afriyani, & H. (2021). *Biaya Diferensial: Konsep dan Aplikasinya dalam Bisnis: Bintang Pustaka*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

- Tung, F. C., & Chang, S. C. (2008). Nursing students' behavioral intention to use online courses: A questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*, 45(9), 1299–1309. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2007.09.011>
- Tuzzahra, R., & Widodo, T. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intention To Use Dan Satisfaction Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap Actual Usage Mobile Banking Mandiri Di Kota Bandung Factors That Influence Intention To Use and Customer Satisfaction and Its Effect on Actual Usage Mobile . *Agustus*, 6(2), 2265.
- Ulurrosyad, Muhammad Jayanto, P. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 105–112. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter>
- Venkatesh, V. 2016. Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Vinzi, V., Chin, W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications. In *Handbook of Partial Least Squares*. New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_16
- Wardani, E., Susilianingsih, & Sangka, K. (2017). Faktor-faktor yang mempegaruhi literasi keuangan mahasiswa program studi pendidikan akuntansi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas sebelas maret. *Jurnal "Tata Arta" UNS*, 3(3), 80–93. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/tataarta/article/view/11536>
- Watmah, S., Fauziah, S., & Herlinawati, N. (2020). Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metode TAM Dan UTAUT2. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6(1), 261–269. 3
- Widiyono, & Pakkanna, M. (2013). *Pengantar Bisnis Respon terhadap Dinamika Global* (Edisi 1). Jakarta: Motra Wacana Media.
- Widodo, T., & Putri, S. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(2), 134–145.

- Wismantoro, Y., Aryanto, V., & Andono, P. (2021). *Literasi Fintech Melalui Pendekatan Marketing Sosial: Konsep, Problem, dan Studi Empiris*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wu, B., & Chen, X. (2017). Continuance intention to use MOOCs: Integrating the technology acceptance model (TAM) and task technology fit (TTF) model. *Computers in Human Behavior*, 67(8), 1–12.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Partial Least Square Path Modelling Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS, dan Visual PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- YAP, R., Komalasari, F., & Hadiansah, I. (2016). The Effect of Financial Literacy and Attitude on Financial Management Behavior and Satisfaction. *International Journal of Administrative Science & Organization*, 23(3), 140–146.
- Yi, M. Y., Jackson, J. D., Park, J. S., & Probst, J. C. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view. *Information and Management*, 43(3), 350–363.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan; Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Yuhelmi, Trianita, M., & Dharma, S. (2019). The Extension of TAM Model in the Use of Point of Sale (Pos) in Minimarkets in Padang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 3(14), 83-96. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i14.4300>
- Yuniarti, V. (2019). Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer To Peer Lending. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), 1–22.
- Yushita, A. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal*, 4(1), 11–26.