

DAFTAR PUSTAKA

- Agustintia, D., Hayu, R. S., & Putri, S. E. (2022). Pengaruh *Trust*, *Perceived Risk* dan *E-Service Quality* Terhadap *Intention to Purchase* Konsumen *E-Commerce* Di Indonesia. *The Manager Review*, 4(1), 275-302.
- Aiming, A. J. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Dalam Menjelaskan Minat Penggunaan *Internet Banking* Nasabah Bank Rakyat Indonesia Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 9(2), 1-10.
- Alatas, A. N., & Hidayatullah, D. S. (2019). Pengaruh *Perceived Risk* dan *Ease of Use* Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Situs Belanja *Online* Bukalapak Di Bandung). *Eproceedings of Management*, 6(2).
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan *E-Money*. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219-231.
- Ardianto, K., Azizah, N., Risiko, P., & Kegunaan, P. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.
- Ardini, I. G. A. A., & Masakazu, K. (2020). Analisis Implementasi *Software as A Service* Pada Industri Perhotelan Daerah Bali. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika: Janapati*, 9(2), 193-203.
- Attamimi, Z. F., & Umar, F. (2022). Tinjauan Yuridis Terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Kemitraan *Virtual Hotel Operator* (VHO). *Journal Equitable*, 7(2), 175-191.
- Atmoko, T. P. H.. (2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di cavinton hotel yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96.
- Buana, I. M., & Wirawati, N. G. P. (2018). *Influence Quality of Information Sistem, Quality of Information, And Perceived Usefulness on User Accounting Information Sistem Satisfaction*. *E-Jurnal Akunt*, 22, 683.
- Christianti, M. And Handoko, T., 2012. Aplikasi Pemesanan Kamar Serta Pengelolaan Data Kamar Secara *Mobile* Pada Hotel Le Beringin. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(2), Pp.123-140.

- Cooper, D. R. And and Schindler, P. S. (2019) *Business Research Methods*. 13th Edn. Edited By Hill Irwin. New York: Mcgraw
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches (4th Edition Ed.)*. California: Sage Publishing.
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan *Mobile Commerce* Di Kota Denpasar.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Stei*, 3(02), 27-37.
- Erynayati, L., Geriadi, M. A. D., & Sawitri, N. P. Y. R. (2021). Pilihan Konsumen Dalam Menggunakan Fitur *Go-Food*: Variabel Kegunaan Sebagai Moderator. *Jurnal Ekonomi*, 26(1), 19-34.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan *E-Money*. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209-217.
- Fiqri, A. F., & Octavia, A. (2022). Dampak *E-Service Quality*, *E-Trust* dan Persepsi Risiko Terhadap *Repurchase Intention* Yang Dimediasi *E-Satisfaction* Dalam Menggunakan Aplikasi *E-Commerce* Dimasa Pandemic Covid-19 Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(03), 602-515.
- Ghozali, Imam (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hair J.F., Et Al. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Halim, M.P., 2016. Kajian Indikator Kepercayaan Konsumen Akan *Online Review* Pada Proses Keputusan Booking Hotel Secara *Online*. *Jurnal Akademika*, 13(1), Pp.28-33.
- Hantono, H., Tjong, W., & Jony, J. (2023). Pengaruh *Technology Acceptance Model* Terhadap *Intention to Use* Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 7(2), 1815-1830.

- Hubert, M., Blut, M., Brock, C., Backhaus, C., & Eberhardt, T. (2017). *Acceptance of Smartphone-Based Mobile Shopping: Mobile Benefits, Customer Characteristics, Perceived Risks, and The Impact of Application Context. Psychology & Marketing*, 34(2), 175-194.
- Jaklič, J., Grublješić, T., & Popović, A. (2018). *The Role of Compatibility In Predicting Business Intelligence and Analytics Use Intentions. International Journal of Information Management*, 43, 305-318.
- Kamil, I. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan *Financial Technology*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(02), 98-114.
- Kusumawati, F. (2020). *Tren Virtual Hotel Operator (VHO) Di Yogyakarta: Studi Kasus Hotel OYO*. *Media Wisata*, 18(1), 90-100.
- Lahaya, I. A. (2017). Pengaruh Moralitas Individu dan Pengendalian Internal Terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi (Studi Eksperimen Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman Samarinda). *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah*, 4(1), 20-45.
- Levine, D. M., Stephan, D. F., & Szabat, K. (2017). *Statistic for Manager Using Microsoft Excel. England: Pearson Edutical Limited*.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 203-213.
- Maharidho, T. W., Haryono, A. T., & Wahyono, E. H. (2018). Pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap *Corporate Credibility* dan *Behavioral Intention* Pada Aplikasi *Streaming Musik Spotify* (Studi Kasus Pada Pengguna Spotify Di Semarang). *Journal of Management*, 4(4).
- Mizanur, R. M., & Sloan, T. R. (2017). *User Adoption of Mobile Commerce In Bangladesh: Integrating Perceived Risk, Perceived Cost and Personal Awareness With Tam. International Technology Management Review*, 103-124.
- Mohd Thas Thaker, M. A. B., Allah Pitchay, A. B., Mohd Thas Thaker, H. B., & Amin, M. F. B. (2019). *Faktors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services In Malaysia: An Approach of Partial Least Squares (PLS)*. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037-1056.

- Muzakki, M. H., Susilo, H., & Yuniarto, S. R. (2016). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Telkom Pusat Divisi Regional V Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol, 39, 169-175.
- Nasution, S. L. A., 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), 43-53.
- Nurfiyah, N., Mayangky, N. A., Hadiani, S., & Riana, D. (2019). Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi *Platform* Perdagangan Elektronik Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Teknik Informatika*, 12(1), 59-68.
- Nurjanah, A. (2020). Persepsi Penggunaan OVO Terhadap Minat dan Kepuasan Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Barat). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 122-131.
- Ooi, K.B., & Tan, G.W. (2016). *Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users to Explore Smartphone Credit Card. Expert Sistem With Applications*, 59, 33-46.
- Ozturk, A.B., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2016). *What Keeps the Mobile Hotel Booking Users Loyal? Investigating the Rule of Self-Efficacy, Compatibility, Perceived Ease of Use, and Perceived Convenience. International Journal of Information Management*, 36 (6), 1350-1359. Doi: 10.1016/J.Ijinfomgt.2016.04.005
- Prakarsa, G., Nasution, V. M., & Bhagya, T. G. (2021). Model Penerimaan Pengguna Untuk Aplikasi *Mobile Virtual Hotel Operator*. *Sainteks: Jurnal Sains dan Teknik*, 3(1), 1-8.
- Prakarsa, G., Nasution, V. M., Ramadhiana, I. N., & Ginanjar, A. R. (2020). *Integration of Mobile Perceived Compatibility, Mobile Perceived Financial Resources, And Mobile Perceived Sistem Quality with Tam in Virtual Hotel Operator Applications in Indonesia. International Journal of Global Operations Research*, 1(2), 62-70.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh *Technology Readiness* Terhadap Minat Menggunakan *T-Cash* Di Kota Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 26, No. 1, Hlm. 76-88.

- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Putra, M. D. A., & Parmariza, Y. (2021). Pengaruh *E-Service Quality*, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(2), 164.
- Rahmayani, L., Rachmawati, I., & Sumrahadi, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Customer Intention* Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Payment Dana*. *Eproceedings of Management*, 7(1).
- Rohmah, R. S., & Martini, E. (2021). Analisis Niat Konsumen Dalam Menggunakan Qris Di Surakarta Berdasarkan *Model Decomposed Theory of Planned Behavior*. *Eproceedings of Management*, 8(3).
- Rakhmawati, S., & Isharijadi, I. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 2(2), 71-84.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Money* Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.V3i3.163>
- Samiono, B. E., & Pradana, F. S. (2020). Analisis *Purchase Decision* Pada Aplikasi *Low Budget Virtual Hotel Operator (VHO)*. *Asian Journal of Innovation And Entrepreneurship* (Ajie), 54-63.
- Santika, I. W., & Yadnya, I. P. (2017). Analisis *Technology Acceptance Model* Terhadap Penggunaan *E-Commerce* Pada UKM Kerajinan Di Gianyar. In *Prosiding Seminar Nasional Aimi, Jambi* (Pp. 255-264).
- Sarkar, S., Chauhan, S., & Khare, A. (2020). *A Meta-Analysis of Antecedents and Consequences of Trust In Mobile Commerce*. *International Journal of Information Management*, 5. 286-301.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

- Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, *Computer Self Efficacy*, dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 13(1), 63-75.
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). *How Perceived Trust Mediates Merchant's Intention to Use A Mobile Wallet Technology*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101894.
- Subhashree, K., & Harshitha, S. (2020). *Technology Advancement and Fraud's In Banking*. *Rims Journal of Management*, 4(2), 1-6.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*).
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security and Intention to Use E-Filing: The Role of Technology Readiness*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537-547.
- Tio, W. A., & Budiman, J. (2021, April). Analisis Sistem Pembayaran Digital Pada Era Globalisasi. In *Combines-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* (Vol. 1, No. 1, Pp. 1917-1927).
- Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *M-Banking* (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 686-693.
- Tom Dieck, M. C., Jung, T. H., Kim, W. G., & Moon, Y. (2017). *Hotel Guests' Social Media Acceptance In Luxury Hotels*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 530-550.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment*, dan *Actual Usage* Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25-35.

- Utami, A. R. H. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce*. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79-93.
- Utami, S., & Kusumawati. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *E-Money*. *Jurnal Balance* Vol. Xiv No.2
- Veronika, R., Sasmita, A. S., & Andriani, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kamar Melalui *Online Travel Agent* Di Raising Hotel Makassar. *Journal Fame: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 1(2).
- Wahyudi, B., & Yanthi, M. D. (2021). Penerimaan Teori TAM Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal. *Akuntabilitas*, 15(1), 55–72. <https://doi.org/10.29259/Ja.V15i1.11850>
- Wahyudi, W., Mukhsin, M., & Nupus, H. (2021). Meningkatkan *Intention to Use Aplikasi Mobile JKN* Melalui *Perceived Usefulness* dan *Attitude Towards Use* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Mobile JKN* Segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha Di Wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 5(1), 98-116.
- Wang, M., Cho, S., & Denton, T. (2017). *The Impact of Personalization and Compatibility with Past Experience on E-Banking Usage*. *International Journal of Bank Marketing*.
- Wiratama, K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Akuntansi dan Kompatibilitas Terhadap Minat UMKM Dalam Menggunakan Aplikasi Si Apik. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(01), 58-69.
- Yang, M., Mamun, A. A., Mohiuddin, M., Nawir, N. C., & Zainol, N. R. (2021). *Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of E-Wallets*. *Sustainability*, 13(2), 831.
- Yanti, I. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Psikologis dan Religiusitas Perilaku Muslimah Kota Medan Terhadap Konsumsi Kosmetik Halal dan Baik. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 294-313.