

DAFTAR PUSTAKA

- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online. *Irwns*, 4–5.
- Annur, C. M. (2022). Ini 10 Provinsi dengan Nasabah Pinjol Terbanyak pada Agustus 2022. *Katadata*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/03/ini-10-provinsi-dengan-nasabah-pinjol-terbanyak-pada-agustus-2022>
- Annur, C. M. (2023, January 31). Jawa Mendominasi Penyaluran Pinjaman Online Sepanjang 2022. *Katadata*.
<https://databks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/jawa-mendominasi-penyaluran-pinjaman-online-sepanjang-2022>
- Asja, H. J., 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>
- Bachtiar, T. S., & Muchtasib, A. B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Riba , Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan PayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna ShopeePayLater di Jabodetabek). *SNAM PNJ*.
- Fakhrudin, A. (2021). Pengaruh Citra dan Keamanan terhadap Keputusan Penumpang Menggunakan Maskapai Sriwijaya Air di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(1), 20–32.
- Handayani, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Membuka Rekening Tahapan Bca Di Surabaya. *July*, 1–23.
- Hastuti, R. K. (2019, September 30). Fintech Lending, Secercah Harapan Bagi Para Unbankable. *CNBC Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190930151522-37-103187/fintech-lending-secercah-harapan-bagi-para-unbankable>
- Hodge, Lord. (2020). Financial technology. In *Artificial Intelligence and the Law* (pp. 31–48). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429344015-2>
- Kredivo. (2023). Kredivo | Membayar dengan Kredivo.
<https://www.kredivo.id/buy/>

- Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 112.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>
- Syarifah, H. (2019). Analisis pengaruh peer to peer lending terhadap kinerja UMKM (Studi kasus nasabah PT. Ammana). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–12.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>
- Wardhani, C. M. (2022). Tingkat Inklusi Keuangan di DIY Tahun 2022 Naik Jadi 82,08 Persen - *Tribunjogja.com*. *Kompas.Com*. <https://jogja.tribunnews.com/2022/11/30/tingkat-inklusi-keuangan-di-diy-tahun-2022-naik-jadi-8208-persen>
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19–29. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2315>
- 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.
- Farohi, M. I. (2017). Pengaruh Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sosial Networking Site (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada. co. id di Kota Semarang). *Universitas Negeri Semarang*, 1–86. <http://lib.unnes.ac.id/30722/1/7311413217.pdf>
- Maharsi, S., & Mulyadi, Y. (2007). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Sri Maharsi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>

- Davis, F. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Annur, C. M. (2022). 10 Provinsi dengan Nasabah Pinjol Terbanyak pada Agustus 2022. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/03/ini-10-provinsi-dengan-nasabah-pinjol-terbanyak-pada-agustus-2022>
- Top Brand Index Beserta Kategori. (2022). www.Topbrand-Award.Com. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Sarwono, J. (2009). Memadu Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 9(2), 119–132. www.jonathansarwono.info
- Daud, D., & Hassan, P. F. (2011). Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(6). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n6p167>
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Inonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183–195. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>
- Lusia, T. A. I. (2018). Pengaruh Informasi Produk Yang Disediakan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Intensi Penggunaan Teknologi Finansial Pengguna Mandiri E-Cash Di Surabaya. 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- 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.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 5(3), 113-119.
- Wahyuningsih, S. (2019). Implementasi Peer To Peer Lending Di Indonesia, Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology.
- Viya, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Bandwagon Effect, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman Online (Peer to Peer Lending) Sebagai Pihak Peminjam (Borrower). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

- Setiyawan, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online (FINTECH) (Studi Pada Aplikasi Akulaku). Digital Repository UIN Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Kartika, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-MONEY (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang). *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001> <http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055> <https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006> <https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024> <https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252> <http://dx.doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19–29. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2315>
- Dr.Priyono, M. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Wiraputra, R. G. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Intensi Penggunaan Aplikasi Bank Jago Sebagai Layanan Bank Digital.
- Putri, C. I. D., & Sudiksa, I. B. (2018). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 254165. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1370156&val=989&title=PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BELI ONLINE PADA SITUS LAZADA>
- Agustin, N. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Teknologi Qris Dengan Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Keamanan Sebagai Variabel Intervening. 1–23.
- Widhiarso. (2012). Tanya Jawab tentang Uji Normalitas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 3.
- Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147–157. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3472>

- Taurina, D. A. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Masa Pandemi Corona (COVID 19) Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Moderasi.
- Saputri, A. F. B. A. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Resiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. Skripsi, 1–72.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (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.
- Kristanto, E. (2014). Peran kepercayaan dan persepsi risiko dalam membangun niat siswa sekolah menengah kejuruan surakarta untuk menggunakan e-commerce tahun 2013.
- Badan Pusat Statistik. (2023). BPS Provinsi D.I. Yogyakarta. In *Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta* (Issue 08). <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/proyeksi-jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html>
- Widyanti, J., & Usman, O. (2019). *Leverage of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Information Quality, Behavioral Intention towards Intention to Use Mobile Banking*.
- Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). *Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. Industrial Management & Data Systems*, 115(2), 253–269.
- Wahyuningtyas, E. T., Hasanah, F., & Susesti, D. A. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Resiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(2), 57–66. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n2.p57-66>
- Maulida, S. M. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology. *Indonesian Journal of Economy*, 1(3), 233–244.