

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R., Dewi, S., & Kusuma, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan terhadap Layanan Keuangan Berbasis Teknologi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 145-158.
- Al-Emran, M., Elsayed, A. S., & Shaalan, K. (2020). E-Learning Acceptance: A Study of Perceived Usefulness and Ease of Use. *Education and Information Technologies*, 25(6), 4825-4846. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10445-0>
- Alicia, T., & Dewi, F. (2024). Technology Acceptance Model: Analisis Persepsi Kemanfaatan dalam Layanan Perbankan. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 6(1), 122-135.
- Arbuckle, J.L. (1997). *AMOS Version 3.6*, Chicago, Illinois: Small Water.
- Arief, M., & Wibowo, S. (2023). Nilai tambah teknologi dalam transaksi dan pengaruhnya terhadap minat pengguna. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 14(1), 45-53.
- Arta, A., & Azizah, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan Teknologi Informasi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 12(3), 112-121.
- Ashari, M. (2023). *Program PARI: Meningkatkan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Keuangan*. Jakarta: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
- Aulia, R. (2020). Minat dan Pengaruhnya Terhadap Tindakan Konsumen. *Jurnal Psikologi dan Konseling*, 12(2), 45-53.
- Awaloedin, R., & Elwisam, R. (2023). Penerapan Technology Acceptance Model dalam Analisis Penerimaan Teknologi Informasi. *Jurnal Sistem Informasi*, 15(1), 45-57.
- Brier, M., & Jayanti, L. (2020). Persepsi Kegunaan dan Dampaknya terhadap Penggunaan Teknologi dalam Lingkungan Kerja. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 67-75.
- Chuang, T., Lee, H., & Lee, H. (2020). Perceived risk and user acceptance of digital health applications: A technology acceptance model perspective. *Health Information Science and Systems*, 8(1), 1-9. DOI: 10.1007/s13755-020-00311-6
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User

- Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- 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.
- Deisti, A., Firdaus, M., & Mulyadi, H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi dengan Pendekatan TAM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(3), 134-142.
- Dewi, M. K., & Handayani, H. (2021). The role of attitude as a mediator in the relationship between perceived usefulness and intention to use technology in e-commerce. *International Journal of Business and Management*, 16(2), 23- 31.
- Dowling, G. R. (1986). Perceived Risk: The Concept and Its Measurement. *Psychology & Marketing*, 3(3), 193-210.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, L., et al. (2021). Artificial Intelligence (AI) in service sector: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 542-554. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.09.012
- Dwivedi, Y. K., Ismail, M. A., & Weerakkody, V. (2021). The Role of Digital Technologies in Transforming Health and Care: A Literature Review. *Health Information Science and Systems*, 9(1), 1-16. <https://doi.org/10.1007/s13755-021-00312-0>
- Eriza, A. (2017). Persepsi Risiko Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 112-120.
- Estiningrum, R., & Sari, H. (2019). Pengaruh Sikap Penggunaan terhadap Minat Adopsi Teknologi Finansial. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(1), 98-105.
- Fadila, A., Ramadhani, M., & Rizki, H. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 20(1), 45-53.
- Featherman, M. S., & Hajli, N. (2021). Trust and risk in the adoption of technology: The role of privacy and security concerns. *Journal of Business Research*, 124, 593-601.
- Firdaus, A., Ramadhan, D., & Nugraha, I. (2022). Evaluasi Persepsi Pengguna Terhadap Teknologi Informasi: Penerapan Model TAM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Aplikasi*, 14(2), 101-115.
- Hadrianti, E., et al. (2023). Sikap dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Teknologi Baru. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 67-79.

- Haryani, T. (2019). Persepsi Risiko dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen dalam Belanja Online. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 17(1), 90-105.
- Haryono, A. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Layanan Perbankan di Indonesia. Jakarta: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
- Hidayah, N., & Rahmawati, F. (2022). Dampak persepsi manfaat terhadap minat adopsi teknologi pembayaran di kalangan pengguna. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Teknologi*, 15(2), 112-120.
- Hidayati, R., & Hartini, S. (2021). Persepsi kegunaan dan minat adopsi teknologi pembayaran di kalangan generasi muda. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 10(2), 115-124.
- Huang, Y., Xie, X., & Zhang, H. (2021). Exploring the impact of perceived usefulness on the adoption of digital health applications. *International Journal of Medical Informatics*, 147, 104348. DOI: 10.1016/j.ijmedinf.2020.104348
- Huei, T. P., Lee, K., & Tiong, S. M. (2018). Perceived Usefulness and Attitude Towards Adoption of Financial Technology. *Asian Journal of Business Research*, 7(3), 188-200.
- Jiwasiddi, S., Prasetyo, A., & Wardani, F. (2019). Pengaruh Sikap terhadap Minat Penggunaan Teknologi di Sektor Perbankan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 200-215.
- Joseph F. Hair Jr, William C. Black, Barry J. Babin, & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8 ed.). United Kingdom: Cengage Learning.
- Kesharwani, A. & Tripathy, M. (2020). The impact of perceived risk on the acceptance of mobile banking services: A study based on UTAUT model. *International Journal of Bank Marketing*, 38(4), 830-845. DOI: 10.1108/IJBM-03-2019-0128
- Kusuma, A. P., & Widiastuti, S. (2023). The mediation effect of attitude on the relationship between perceived usefulness and technology adoption intention. *Journal of Technology and Management*, 15(1), 45-56.
- Laman BRI. (2022). Digitalisasi: Go Smaller, Go Shorter, Go Faster Laporan Tahunan 2021. Jakarta: PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk.
- LamanKataData.(2023).<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/27/dari-padi-sampai-bawang-ini-target-produksi-pertanian-ri-tahun-2023>
- Lestari, R., & Putra, H. (2022). Persepsi risiko dan minat adopsi teknologi pembayaran di kalangan pengguna. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 8(1), 25-

34.

- More, S., & Suprapti, E. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Teknologi Baru dalam Bisnis. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 17(2), 90-98.
- Moslehpour, M., Pham, V. K., Wong, W. K., & Bilgiçli, I. (2018). E-Purchase Intention of Taiwanese Consumers: Sustainable Mediation of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *Sustainability*, 10(1), 234-245.
- Mufiah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Penerimaan Teknologi Informasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 85-92.
- Nabilah, R., & Abadi, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dalam Mengadopsi Teknologi Baru. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 134-145.
- Nugroho, M. S., & Purnamasari, D. (2021). The role of positive attitude as a mediator between perceived benefits and intention to use technology among users. *Journal of Information Technology and Business*, 9(1), 15-26.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nurzanita, R., & Marlina, A. (2020). Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Sistem Informasi Akuntansi pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(4), 150-160.
- Pambudi, I. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Minat Penggunaan Teknologi Finansial. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 8(2), 102-112.
- Pratiwi, D., & Kurniawan, F. (2023). Analisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat masyarakat dalam menggunakan teknologi pembayaran. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(3), 77-85.
- Primawanti, A., Nandini, S., & Wiratama, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Teknologi di Sektor Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(2), 223-237.
- PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2021). *Pelatihan Pelatih Pasar Rakyat Indonesia (PARI)*. Jakarta: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
- Putra, M. H., & Wirawan, I. (2022). The correlation between perceived usefulness and the interest in using payment technology in daily transactions. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 78-88.
- Putri, F., & Fithrie, M. (2019). Persepsi Risiko pada Transaksi E-commerce: Kajian Teoritis. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(3), 58-67.

- Rahardja, U., Hapsari, A., & Wibowo, S. (2020). The relationship between positive attitudes towards security and efficiency and the interest of MSMEs in adopting payment technology. *International Journal of Business and Management Invention*, 9(8), 1-9.
- Rahmadi, A., & Malik, F. (2018). Risiko dan Persepsi Konsumen pada Transaksi E-commerce. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(1), 60-72.
- Rizal, M., Surya, R., & Wibowo, A. (2022). The impact of perceived risk on attitude and technology adoption: Evidence from payment systems. *Journal of Information Systems and Technology*, 15(4), 22-30.
- Rizky, A., Setiawan, D., & Widiastuti, Y. (2021). The role of perceived usefulness in increasing interest among MSME actors to adopt payment technology. *International Journal of Business and Management Studies*, 13(1), 45-56.
- Robin, P., & Judge, T. (2023). Komponen Sikap dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Psikologi*, 14(2), 45-60.
- Santoso, D., & Zusrony, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Produk Inovatif dalam Perilaku Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 15(3), 102-118.
- Sari, A., & Nugroho, A. (2021). The impact of positive attitude towards convenience and practicality on community interest in using payment technology. *Journal of Information Technology and Management*, 12(1), 25- 34.
- Sari, D., & Nugroho, A. (2021). Persepsi manfaat teknologi pembayaran dan minat masyarakat dalam penggunaannya. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(3), 201-210.
- Sari, L. (2020). Minat dan Karakteristiknya dalam Perspektif Psikologi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Psikologi*, 9(1), 29-36.
- Sari, R. A., Setiawan, B., & Rahmadani, F. (2022). Attitude as a mediator in the relationship between perceived benefits and technology adoption among entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 12(3), 50-61.
- Sarjita, T. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Produk Inovatif. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 14(1), 75-89.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. 9th Edition. Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma & Roger, Bougie. (2020). *Research Methods for Business: A Skill. Building Approach*. Asia Edition Hoboken: Wiley. Page 3. 62.

- Seng, L., et al. (2016). Internal and External Factors Affecting Consumer Interest in Innovative Products. *Journal of Business and Innovation*, 11(4), 213-225.
- Shao, Z., Wu, Y., & Chen, L. (2020). An Empirical Study on the Impact of Online Purchase Experience on Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Sustainability*, 12(10), 4224. <https://doi.org/10.3390/su12104224>
- Sun, Y., Xiao, J., & Zhang, L. (2022). The Role of Attitude in Mediating Perception and Behavioral Intention: A Study on Financial Technology Adoption. *Journal of Information Technology*, 15(2), 89-102.
- Susanto, A., Pramudito, A., & Nugraha, I. (2022). Attitude as a mediator in the relationship between perceived usefulness and adoption of payment systems in MSMEs. *Journal of Business and Economic Review*, 14(3), 89-98.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A 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>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2016). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2020). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376. DOI: 10.17705/1jais.00519
- Vinatan, P. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kegunaan dalam Penggunaan Teknologi Informasi. *Jurnal Sistem Informasi*, 18(1), 45-53.
- Wardani, F., Rahmawati, D., & Wijaya, S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Teknologi Melalui Sikap. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 5(1), 76-88.
- Widiyanti, S. (2020). Persepsi Kegunaan dan Minat Konsumen dalam Menggunakan Teknologi Baru. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(4), 234-245.
- Wijayanti, N., Prasetyo, D., & Suharto, A. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention dalam Penggunaan Teknologi Keuangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(4), 189-202.
- Xie, Y., Li, L., & Liu, M. (2021). Understanding the Impact of Perceived Usefulness on Users' Intentions to Adopt New Technology. *Journal of Business Research*, 129, 18-28.
- Xie, Y., Li, L., & Liu, M. (2021). Understanding the Impact of Perceived Usefulness on Users' Intentions to Adopt New Technology. *Journal of*

*Business Research*, 129, 18-28.

Yulianto, A., & Rahmadani, N. (2021). Negative attitude as a mediator in the relationship between risk perception and technology usage intention. *International Journal of Technology and Management Research*, 5(2), 112-120.

Yunita, A., Suryani, T., & Setiawan, S. (2019). Persepsi Risiko dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi Pemasaran*, 16(2), 78-88.

