

DAFTAR PUSTAKA

- Accountants, A. I. of. (1941). *Certified public Accountant* , 1941.
- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Aditya, R., Febriyanti, D., Salatiga, I., & Salatiga, I. (2021). *The effect of e-commerce on entrepreneurial decision making using an android application-based accounting information system as a moderating variable*. 1(1), 12–24.
- Akuntansi, J., Lovita, E., & Susanty, F. (2021). *Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan*. 18(02), 47–54.
- Aprianti, I., & Nurfadilah, L. (2019). Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Nasional pada Aplikasi Financial Technology Berbasis Cashless (Studi Kasus pada Pengguna Digital Payment di Kota Bandung). *Bisnis Dan Iptek*, 12(2), 68–78.
- Aris, A., Shneiderman, B., Plaisant, C., & Shmueli, G. (n.d.). *Representing Unevenly-Spaced Time Series Data for Visualization and Interactive Exploration*. 835–846.
- Ayo, C. K., & Ukpere, W. I. (2010). *Design of a secure unified e-payment system in Nigeria : A case study*. 4(9), 1753–1760.
- CHANDRA KARTIKA SARI, D. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Ngraho. *It-Edu*, 2(01).
- Dan, P. E., Sistem, P., Ayu, D., & Pramiswari, A. (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 2017(1), 261–289.
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. September. <https://doi.org/10.2307/249008>
- E-commerce, M. P. (2009). *Model penerimaan*. VII(2), 1–12.
- E-payment, S., & Putri, D. W. (n.d.). *Determinan Kepercayaan Individu : Studi Empiris Konteks*.
- Empiris, S., Mahasiswa, P., Ekonomi, F., Jurusan, B., Universitas, A., Negara, S., Akuntansi, P. S., Oleh, D., Nim, N., & Eka, R. (2020). *PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN BUSINESS TREND E-COMMERCE TERHADAP MINAT PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN BUSINESS TREND E-COMMERCE TERHADAP MINAT*.
- Gefen, D. (2000). *The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption : A Study of E-Commerce Adoption*. 1(November).

- Hernawan, A., Komarudin, R., & Afni, N. (2021). *Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Web E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan WebQual 4 . 0*. 15(1), 39–50.
- 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. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01>
- Indonesia, G. B. (2016). *No Title*.
- Informatika, P. M., & Pringsewu, S. (2017). *PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS BUSINESS TO CONSUMERS UNTUK MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK*. 15(2), 109–116.
- Istiqomah. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Akk Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika*, 6(2), 109–115.
- Jumlah Uang Elektronik Beredar*. (2021). *April 2009*, 2020.
- Lestari, M., Purnomo, H. D., & Sembiring, I. (2021). *PENGARUH E-PAYMENT TRUST TERHADAP MINAT TRANSAKSI PADA E-MARKETPLACE MENGGUNAKAN FRAMEWORK TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) 3 EFFECT OF E-PAYMENT TRUST ON TRANSACTION INTEREST ON E-MARKETPLACE USING THE FRAMEWORK TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) 3*. 8(5), 977–986. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202185212>
- Lestari, N. A., & Rustiana, S. H. (2019). Pengaruh Persepsi Owner Dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pamulang. *Journal of Business & Entrepreneurship Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1(2), 67–80. <https://doi.org/10.24853/baskara.1.2.67-80>
- Manajemen, E., & Rabiah, A. S. (2020). *Haruskah e-payment trust diterapkan e-commerce sebagai faktor kepuasan konsumen?* 9(7), 2724–2743.
- Mccloskey, D. (2016). *Evaluating electronic commerce acceptance with the technology acceptance model*. December 2003.
- Mustofa, I. (2012). Transaksi Elektronik (E-Commerce) Dalam Perspektif Fikih. *Jurnal Hukum Islam*, 10(2), 157–180. <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi%0Ahttp://moraref.or.id/record/view/38978>
- Nim, N. (n.d.). *Data Detail Mahasiswa*. 0331.
- Novianti, A., & Wibisono, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Dan Penggunaan E-Payment Terhadap Nilai Bisnis Dengan*. 12(2), 120–141.

- <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23579>
- Nurabiah, N., Herlina Pusparini, & Yusli Mariadi. (2021). E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(2), 238–253. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i2.97>
- Nurabiah, Pusparin, H., & Mariadi, Y. (2021). *E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berwirausaha*. 238–253.
- Nuryahya, E., Ichsana, Y., & Andini, K. M. (2019). *PERILAKU PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DI*. 10(3), 502–515.
- Pambudi, T., & Raden, A. R. (2021). The impact of pandemic covid-19 on digital payment: case study on electronic money in indonesia. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 3(1), 70–79.
- PH, L., Suwoso, R. H., Febrianto, T., Kushindarto, D., & Aziz, F. (2020). Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences. *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, 1(1), 37–48.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (n.d.). *DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen*.
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). *Jurnal Manajemen Indonesia Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions*. 20(1), 76–82.
- Putra, S. S. C., Indraningrat, K., & Halim, A. (2017). Persepsi Mahasiswa Terhadap E-commerce melalui Facebook di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akutansi*, 4(1), 72–78.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahmawati, N., Mulyono, H., & Marketing, A. (2016). *Analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran berbasis web pada toko billy 12*. 1(2), 104–116.
- Rizki, A., Pasaribu, M. H., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). *Meninjau Kegelisahan Mahasiswa Dengan Kondisi Lapangan Pekerjaan*. 1(November), 14–22.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2019). *Sistem Informasi Akuntansi Accounting Information Systems Diterjemahkan oleh : Kiki Sakinah; Nur Safira dan Novita Puspasari*.
- Rosyida, S. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet

- dalam Berbelanja Online. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 2, 81–86.
<https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/623>
- Santika, I. W., & Yadnya, I. P. (2017). Analisis Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan E-Commerce pada UKM Kerajinan di Gianyar. *Prosiding Seminar Nasional AIMI, 2015*, 255–264.
- Sanusi, M. A. (2001). (*E-Commerce*): *Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya*. 8(16), 10–29.
- Saputri, N. A. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMEPENGARUHI MINAT Pendahuluan Metode Penelitian*. 04(01), 13–18.
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–90.
<https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- SEPTIAWATI, S. (2017). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Kepribadian Ekstraversi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 4(2), 77.
<https://doi.org/10.20527/ecopsy.v4i2.3848>
- Setiawan, A. (2017). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171–186.
- Setiawati, I., Hadiprajitno, P. T. B., & Ardiansah, M. N. (2021). Perspektif Model TAM Dalam Adaptasi Pembelajaran Akuntansi Melalui E-Learning Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 19(1), 36. <https://doi.org/10.24167/jab.v19i1.3471>
- Sihombing, M. J. S., & Sulisty, H. (2021). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Sosial Sains*, 1(4), 309–321. <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i4.78>
- Sima, P. A. P., & Badera, I. D. N. (2018). Reputasi Auditor sebagai Pemoderasi Pengaruh Financial Distress dan Audit Fee pada Auditor Switching. *E-Jurnal Akuntansi*, 8(2), 58.
<https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i01.p03>
- Siska Khairani, P. Y. (2022). *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*. 01(01), 1–11.
- Stallings, W. (n.d.). *D ATA AND C OMPUTER*.
- Tri, R., Yanto, Y., & Dhia, A. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE (STUDI KASUS PENGGUNA TOKO ONLINE SHOPEE)*. 11, 1–13.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender. *Jurnal Penelitian Dan*

- Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93–103.
<https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). *The concept of security and trust in electronic payments*. 10–15. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2004.11.001>
- Tumpal Manik. (2018). Analisis Peranan Sistem Informasi Akuntansi Dalam E-Commerces Terhadap Pengendalian Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 1(2), 51–64. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v1i2.1244>
- Turban, E. (2006). *Electronic Commerce 2006 : A Managerial Perspective*. January 2002, 4–8.
- Wirdasari, D. (2009). *TEKNOLOGI E-COMMERCE DALAM PROSES BISNIS*. 7(2).
- Wulandari, Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha di Sanggam Mart Kabupaten Balangan. *E-Jra*, 09(02), 47–57.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Benefita*, 2(2), 102–109. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.478>
- Yuwono, S. (n.d.). *TERHADAP TUMBUHNYA MINAT BERWIRAUSAHA INFLUENCE OF ENTREPRENEURSHIP TRAINING ON THE GROWTH OF ENTREPRENEURSHIP INTEREST*. 119–127.