

DAFTAR PUSTAKA

- Adhinagari, A. H. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Persepsi Penggunaan E-money. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2). 219-231
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*, MIS Quarterly". Vol. 13, No. 3, hlm.319-339
- Featherman, MS. Pavlou, PA. (2002). Predicting E-Service Adoption : A Perceived Risk Facets Perspective. Eighth Americas Conference on Information Systems. Hlm 1034-1046
- Ghozali, Imam, 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Edisi keempat) Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Edisi Ketujuh). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidari, M. B., Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *JUISI*, 4(1), 10-15
- Joan, L., Sitinjak, T. (2019). Pengaruh persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal manajemen*, 8(2), 29-39
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009. *Manajemen Pemasaran Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Edisi 12*. Jakarta: Indeks
- Pratama, A. B., Saputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 27(2). 927-953
- Putri, D. L., Fithrie, S. (2019). Pengaruh Resiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet

Banking di Pekanbaru (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri). *Ikraith Ekonomika*, 2(2). 21-28

Rahmawati, Engriani, Y., Putri, R. R. E. (2019). The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money With Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. *Advanced in Economics, Busines and managemen Research*. 97(2). 696-701

Sarwono, Jonathan. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (edisi kedua). Suluh Media-Yogyakarta.

Schiffman dan Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*, 10th Edition, NJ: Prentice Hal

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Utami, S. S., Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-money. *Jurnal Balance*, 14(2). 29-41

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., Suhud, U. (2015). Pengaruh persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-money Card (Studi pada pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Saint Indonesia*, 6(1), 440-456

Wibowo, Arief. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*.