

DAFTAR REFERENSI

- Aksami, D., & Jember, I. M. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(10), 2439–2470. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/45281>
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Arent, Y., Aritonang, L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *J. Akunt. STIE Multi Data Palembang*, x, 1–17. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Ben Mimoun, M. S. (2019). Exploring factors influencing US millennial consumers' use of tap-and-go payment technology. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, October. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1667854>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Diptha, K. A. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Karyawan Dalam Menggunakan Uang Elektronik Kartu Flazz Bca Di Lingkungan Anantara Seminyak Resort - Bali. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 167. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.20002>
- Faizi, M. F., DIRSECIU, P., Robinson, J. R., DIRSECIU, P., Freund, H., Bergbau-, V. B. B., DIRSECIU, P., Aqüicultura, P. D. E. P. E. M., Donalek, J. G., Soldwisch, S., Coesão, E. D. E., Moreira, M. A., Fernandes, R. F., Federal, U., Catarina, D. S. E. S., Gerais, D., Silva, S. da, Learning, B. T., Baxto, W., ... Jose Perona, J. (2017). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan E-money Indomaret Card di Pontianak TAM Analysis of Factors That Influence Customers to Use

- Indomaret Card E-Money in Pontianak. *IJCCS ISSN Techno.COM*, 16(4), 401–410.
- Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat Dki Jakarta. In *Skripsi*.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 36–51.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Klein, A. Z., Pacheco, F. B., & Righi, R. da R. (2017). On Developing Business Models for Internet of Things-Based Products: Process and Challenges. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(3), 439–461. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000300009>
- Labib, M. A. M., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Peta Kompetitor Industri Mobile Payment di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i1.41789>
- Nur Diana. (2018). INDONESIA SKRIPSI Oleh : Nama : Nur Diana FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia*, 155.
- Pai, A. (2018). Study on consumer perception towards digital wallets. *International Journal of Research and Analytical Review (IJRAR)*, 5(3), 385–391.
- Persepsi, P., & Menggunakan, K. (n.d.). *PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan pembelian . Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke secara gratis di Google Play Store dan App Store . Perilaku mina. 1–9.*
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat

- Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Prof. H. Imam Ghozali, M.Com., Ph.D., CA., A. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Programm IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Rahayu, F. S., Budiyanto, D., & Palyama, D. (2017). Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 1(2), 87–98. <https://doi.org/10.21460/jutei.2017.12.20>
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8–15. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2150/2542>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo Seti Utami, B. K. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.
- Vinitha, K., & Vasantha, S. (2017). Factors influencing consumer's intention to adopt digital payment - conceptual model. *Indian Journal of Public Health Research and Development*, 8(3), 170–175. <https://doi.org/10.5958/0976-5506.2017.00181.4>
- Wulandari, G. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Terhadap Minat

Penggunaan Kembali E-Money (Ovo, Dana, Go-Pay) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Usu. *Usu*, 4–16.

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.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN