

DAFTAR PUSTAKA

- Alza, H. F., & Rikumahu, B. (2019). Analisis Faktor Risiko Sebagai Tambahan Dalam Model Tam Dalam Penggunaan Electronic Money. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(2), 243-255.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219-231.
- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan Go Jek. *Majalah Imiah Manajemen & Bisnis*, 17(1), 11-23.
- Candraditya, H., & Idris, I. (2013). Analisis penggunaan uang elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 97-107.
- Firdauzi, I. (2017). Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 6(1), 77-87.
- Ghozali., I. 2016. *Aplikasi Analisis Muktivariete dengan Program IBM SPSS21*. Edisi 8. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198-209.
- Karnadi, Z., Zulkarnain, Z., & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Kontrol Prilaku, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank Bumn Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10(3), 617-631.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.
- Liem, L. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Menggunakan OVO di Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Kartika).

- Mentari, N. W., Setiawina, I. N. D., Budhi, I. M. K. S., & Sudirman, I. W. (2019). *Influence factor of consumers interest on using E-money. International journal of social sciences and humanities*, 3(2), 176-186.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27, 927-953.
- Ramadhan, A. F. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan *E-money. Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).
- Rahmiati, R., Engriani, Y., & Putri, R. R. E. (2019, September). *The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money with Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. In Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)*. Atlantis Press.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan *Technology Acceptance Model* (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201-214.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta, cv.
- Sugiyono., 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta Bandung, Cetakan ke – 4, 4 November 2015.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2015. *Metodelogi Penelitian BISNIS & EKONOMI*. Yogyakarta : PUSTAKA BARU FRES.
- Suliyanto, D. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Suliyanto, D. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).

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). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.

