

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 2007, Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta.
- Bank Indonesia. 2016. PBI 18/40/PBI/2016 Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Documents/PBI_184016.pdf.
- Hadi, S. 2017. “Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS (Beginikah Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS?), 1–25.
https://www.academia.edu/33908219/Aplikasi_dan_Interpretasi_Regresi_OLS_Beginikah_Aplikasi_dan_Interpretasi_Regresi_OLS.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama CAPS, Yogyakarta.
- Huwaydi, Y., Hakim, M, S., dan Persada, S. F. 2018. Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS Vol. 7, No. 1 (2018) 2337-3520 (2301-928X Print)*
- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangg.
- Priyono, A. 2017. Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis, 21(1)*,
- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*”, Cetakan. Ketiga. Bandung: Linda Karya.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, Danang. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku. Seru.
- Supranto, J dan Nandan Limakrisna. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Umar, Husein .2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajafindo Persada.
- Utomo, R. 2017. *Bisnis Model Baru Bank “Fintech” dan Ekonomi Digital*. 95 <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/18/210000426/bisnis.model.baru.bank-.fintech.dan.ekonomi.digital>.

