

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, R. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKO ONLINE (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta) (Universitas Negeri Yogyakarta). <https://doi.org/10.1109/ciced.2018.8592188>
- APJII. (2018). *PENETRASI & PROFIL PERILAKU PENGGUNA INTERNET INDONESIA 2018*. Diambil dari <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI40Mei2019.pdf>
- Bank Indonesia. (2011). Sistem Pembayaran di Indonesia. Diambil dari Bi.Go.Id.Id website: <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx>
- Bank Indonesia. (2013). Financial Technology. Diambil dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx> website: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- Davis, F. D. (1989). *Information Technology Introduction*. 13(3), 319–340. Diambil dari https://www.researchgate.net/profile/Fred_Davis2/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology/links/54ad66dc0cf24aca1c6f3765.pdf
- Endang Fatmawati. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terasap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 09(01), 1–13. Diambil dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/viewFile/66/221>
- Firdayanti, R. (2012). *PERSEPSI RISIKO MELAKUKAN E-COMMERCE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FASHION ONLINE*. 1(1), 28–33. Diambil dari file <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2660>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- GOJEK. (n.d.). GOPAY. Diambil dari <https://www.gojek.com/gopay/>
- Iliyin, A. & W. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OVO PT VISIONET DATA INTERNASIONAL (STUDI PADA PENGGUNA OVO DI KOTA SURAKARTA). *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9, No 1.

- Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/26225/23234>
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan computer self efficacy, terhadap penggunaan online banking pada mahasiswa S1 fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta. *Journal UNY*, 1, 1–20. Diambil dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/jkpai/article/view/882/701>
- Isabella, L., & Dewi, A. S. (2016). Hubungan Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Brand Image, Dan Persepsi Risiko Dengan Minat Beli Private Label. *Fokus Manajerial*, 14(2), 115–126. Diambil dari <https://jurnal.uns.ac.id/fokus-manajerial/article/viewFile/8442/7596>
- Khakim, A. (2016). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kelompok Referensi Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Grobogan)* (IAIN Salatiga). Diambil dari [http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2549/1/SKRIPSI ABDUL KHAKIM %2821312014%29.pdf](http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2549/1/SKRIPSI%20ABDUL%20KHAKIM%202821312014%29.pdf)
- KOMINFO. (2015). Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia. Diambil dari https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media website: https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media
- Lucyanda, J. (2010b). Pengujian Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Planned Behavior (Tpb). *JRAK Agustus*, 2(1995), 1–14. Diambil dari [http://portal.kopertis3.or.id/bitstream/123456789/1925/1/%5BJuTNas-02%5D Artikel TAM dan TPB_Jurica Lucyanda_JRAK FE Unisma_Agustus 2010.pdf](http://portal.kopertis3.or.id/bitstream/123456789/1925/1/%5BJuTNas-02%5D%20Artikel%20TAM%20dan%20TPB_Jurica%20Lucyanda_JRAK%20FE%20Unisma_Agustus%202010.pdf)
- Matondang, Z. (2009). Servo motor control system and method of auto-detection of types of servo motors. *Tabularasa PPS UNIMED*, 6(1), 87–97. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.496-500.1510>
- Nasir, M. (2013). Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, (12), 36–40. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/126304-ID-evaluasi-penerimaan-teknologi-informasi.pdf>
- Ovo.id. (2017). OVO.id. Diambil dari <https://www.ovo.id/>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–9. Diambil dari

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294/10951>

- Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: ANDI.
- Setyowati, D. (2019). Persaingan Bisnis Dompot Digital Makin Ketat dan Mengerucut. *katadata.co.id*. Diambil dari <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/persaingan-bisnis-dompot-digital-makin-ketat-dan-mengerucut/0>
- Siswanto, Y. (2017). *Determinan Minat Customer Gojek Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Go-Pay Dengan Kerangka Teknologi Acceptance Model (TAM)*. Universitas Katolik Soegijapranata. Diambil dari <http://repository.unika.ac.id/15998/>
- Sitinjak, T., & Joan, L. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39. Diambil dari <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/596/372>
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Ferdy. R. (2018). Pengaruh Brand, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4). Diambil dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/21910/2161>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Wibowo, T. R. A. (2018). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI E-MONEY*. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Yuliani, A. (2018). Pandai Memanfaatkan Teknologi Digital. *KOMINFO*. Diambil dari https://kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan_media