

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Taurusia. (2011). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui online Shopping. Universitas Atmajaya Yogyakarta
<http://e-journal.uajy.ac.id/1303/>
- Ahmad., Bambang Setiyo Pambudi. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI. Jurnal Studi Manajemen, Vol.8, No. 1, April 2014
<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/589>
- Aksami, Ni Made Dwi dan I Made Jember. (2019). “Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar: Badan Penerbit Universitas Udayana, Hal. 2457-2465.”
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/download/45281/31962>
- Arlina Dafila, Suharto. (2019). “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money, Hal. 90-92.”
https://dspace.uji.ac.id/bitstream/handle/123456789/14453/Arlina%20Dafila%20Suharto_15312185.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ashif Shifa'ul, Qulub,. (2019). “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money, Hal. 79-80.”
<http://eprints.walisongo.ac.id/10919/1/PENGARUH%20PERSEPSI%20KEMANFAATA1.pdf>
- Bank Indonesia. (2019). Statistik Pembayaran Indonesia.

<http://www.bi.go.id/id/statistik/sistempembayaran/uangelektronik/Contents/Jumlah%20Uang%20Elektronik.aspx>.

Baddeley, M. (2004). Using e-cash in the new economy: An economic analysis of micropayment systems. *Journal of Electronic Commerce Research*, 5(4), 239–253.

<https://web.csulb.edu/journals/jecr/issues/20044/Paper3.pdf>

Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN Salatiga press.

<https://scholar.google.co.id/citations?user=Y08K-9QAAAAJ&hl=id>

Choper, Donald R dan Schindler, Pamela S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Vol 2. Alih Bahasa Budijanto dan Djuaedi. Jakarta : PT Media Global Edukasi.

<https://onsearch.id/Author/Home?author=Donald+R.+Cooper%2C+Pamela+S.+Schindler>

Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No 3 : Hal 319-340.

<https://dl.acm.org/doi/10.2307/249008>

Diana, Nur. (2018). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electric Money di Indonesia, Hal. 84-86."

<https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/6498/SKRIPSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dodds, W. B., Monroe, K. B., and Grewal, D. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers. *Journal of Marketing Research*, 28 (3), pp: 307-319.

<https://www.jstor.org/stable/3172866?seq=1>

Firdauzi, Indrawan. (2017). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan, dan Perilaku Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

<https://eprints.uny.ac.id/44100/1/SKRIPSI%20FULL.pdf>

Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis dengan Program SPSS. Semarang : Universitas Diponegoro.

https://www.researchgate.net/publication/289671928_Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_IBM_SPSS_21_Update_PLS_Regresi

Hartono, Jogiyanto. (2011). Metode Penelitian Bisnis:Salah Kaprah dan Pengalaman – Pengalaman. Yogyakarta : BPFE.

<http://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20393189>

Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi

<https://docplayer.info/60161644-Jogiyanto-2007-sistem-informasi-keperilakuan-yogyakarta-andi.html>

Kotler, P., dan Keller, K.L. 2003, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Cetakan III, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan.

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ffasrabout532.weebly.com%2Ffacebook-manajemen-pemasaran-kotler-dan-keller.html&psig=AOvVaw2-R4LXvsnev1Y6qMvhdyMt&ust=1620104126344000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCPDFy63crPACFQAAAAAdA AAAABAD>

Khakim, Abdul. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi

Kemanfaatan dan Kelompok Referensi Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) (Studi Kasus Masyarakat

Kabupaten Grobogan). Salatiga: IAIN Salatiga.

<http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/968/1/SKRIPSI%20ABDUL%20KHAKIM%20%2821312014%29.pdf>

Kuncoro, Mudrajad. (2013). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4.
Jakarta : Penerbit Erlangga

<http://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=38155>

McGrath, James. C. Juni 2006. Micropayments: The Final Frontier for Electronic Consumer Payments. Federal Reserve Bank of Philadelphia.

<https://www.philadelphiafed.org/-/media/frbp/assets/consumer-finance/discussion-papers/D2006JuneMicropaymentsCover.pdf>

Mentari, Adinda Cahaya. (2018). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dalam Menggunakan Uang Elektronik di Kota Denpasar, Provinsi Bali, Hal. 662-673.”

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/38421>

Murniati, Monika Palupi., Purnamasari, St. Vena., Ratnaningsih, Stephana Dyah ayu., Advensia, Agens., Sihombing, Ranto., Warastuti, Yusni. (2013). Alat-alat Pengujian Hipotesis. Semarang: Unika Soegijapranata.

<https://scholar.google.co.id/citations?user=o7cKv6MAAAAJ&hl=en>

Nurhasanah.2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Daya Tarik Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan E-MONEY CARD di Pelabuhan PT.X. Repository UMRAH eprint 2529. <http://repository.umrah.ac.id/2529/>

PBI Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), https://www.bi.go.id/licensing/helps/PBI_111209-Emoney.pdf

- Prabawani, Bulan dan Priambodo, Singgih. (2016). “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik, Hal. 5-7.”
<https://media.neliti.com/media/publications/189335-ID-pengaruh-persepsi-manfaat-persepsi-kemud.pdf>
- Pribadi, Indra Arief. 2014. BI Alokasikan Rp3 Triliun pertahun Untuk Cetak Uang. <https://www.antaraneews.com/berita/449027/bi-alokasikan-rp3-triliun-tahun-untuk-cetak-uang>
- Rajuli, Mustafa, Akhirman, dan Nurhasanah. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Daya Tarik Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card di Pelabuhan PT. X, Skripsi (tidak dipublikasikan). Universitas Maritim Raja Ali Haji.
<http://repository.umrah.ac.id/2529/1/MUSTAFA%20RAJULI-150461201028-FEKON-2019.pdf>
- Sahut, J. M. (2008). The Adoption and Diffusion of Electronic Wallets: The Case of Moneo. *Journal of Internet Banking & Commerce*, 13.
https://www.researchgate.net/publication/228280001_The_Adoption_and_Diffusion_of_Electronic_Wallets
- Stapleton, T. 2013. Unlocking the Transformative Potential of Branchless Banking in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*. 49.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/download/45281/31962>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., dan Xu, X. (2012). “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Hal. 157–178.”
<https://zenodo.org/record/897039/files/article.pdf>

Yogananda, Andrian Septa dan I Made Bayu Dirgantara. (2017). “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik, Hal. 6.”

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

