

## DAFTAR REFERENSI

- Adi, Muhamad., & Sri Suryoko. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk *E-Money* (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay Di Kota Jakarta). *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 7 No. 5
- Amalia, S., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT ( Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ) ( Studi Pada Pengguna Internet Banking BRI ). *2(10)*, 3315–3322.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Chang, Y.P., and Zhu, D. H. (2011). Understanding social networking sites adoption in China: A comparison of pre-adoption and post-adoption. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1840–1848.
- Cheng, S. I., Chen, S. C., & Yen, D. C. (2015). Continuance Intention of EPortofolio System: A confirmatory and multigroup invariance analysis of technology acceptance model. *Computer Standards & Interfaces*, 17–23.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparasion of two theoritical models. *Management Science*, 982–1003.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, Minnesota: Management Information System Research Center.
- Dlodlo, N. (2015). The Use Of M-Payment Services In South Africa : *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 14(1), 159–178.
- Hong Zhu, D., & Ying L. Y. P. Chang, L. (2017). Understanding the Intention to Continue Use of a Mobile Payment Provider: An Examination of Alipay Wallet in China. *International Journal of Business and Information*, 12(4), 369–390.
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Jurnal Apps. (2018). OVO Dompot Digital yang Praktis dan Banyak Untungnya. <https://jurnalapps.co.id/ovo-dompot-digital-yang-praktis-dan-banyak-untungnya-14835>. Diakses pada tanggal 27 Mei 2019 pukul 13.20 WIB.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Mathew, M., Sulphey, & Jithin P. (2014). Perceptions and Intentions of Customers towards Mobile Banking Adoption. *Journal of Contemporary Management Research*. Vol. 8 Issue 1
- Mayer, R. C., Davis, J.H., Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust, 20(3), 703–734.
- Metra Digital Innovation (MDI). (2018). *Mobile Payment in Indonesia*. <https://www.mdi.vc/mobilepaymentindonesia.pdf>. Diakses pada tanggal 27 Mei 2019 pukul 14.15 WIB
- Octavial, G.G., & Raisa, P. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pengguna Dalam Bertransaksi Menggunakan *E-Money* Yang Dimediasi Oleh Sikap Pengguna (Studi Empiris Pada Pengguna *E-Money* Berbasis OVO). *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 6 No. 2*
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Sigar, Junita Fadhillah. (2016). The Influence Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use and Perceived Enjoyment To Intention To Use Electronic Money in Manado. *Jurnal EMBA Vol. 4*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sun Y, Wang N, Guo X, P. Z. (2013). Understanding the acceptance of mobile health services: a comparison and integration of alternative models. *J Electron Commer Res*, 14(2), 183–200.
- Suntoyo, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner, & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication
- Theresia Nova, Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan. (2018). *E-Money Menuju Era Cashless Society*. <http://himaep.feb.unair.ac.id/thinking-out-cloud/120-e-money-menuju-era-cashless-society.html>. Diakses pada tanggal 27 Mei 2019 pukul 13.30 WIB.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems*, 1997(4), 342–365.
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science* (Vol. 46).
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Hall, M., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). *arterly*, 27(3), 425–478.
- Vijayasarathy, L. (2004). Predicting consumer intentions to use on-line shopping: the case for an augmented technology acceptance model. *Inf Manag*, 41(6), 747–762.
- Wibowo, S.F, Dede Rosmauli, & Usep. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6, No. 1*
- Widiartini, P. R., Nyoman, N., & Yasa, K. (2017). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai dengan Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 11, No. 1
- Zhou, T. (2014a). Understanding continuance usage intention of mobile internet sites. *Universal Access in the Information Society*, 13(3), 329–337.
- Zhou, T. (2014b). Understanding the determinants of mobile payment continuance usage. *Industrial Management and Data Systems*, 114(6), 936–948.