

DAFTAR REFERENSI

- Andhika Bayu Pratama, I, D, G, D, S, (2019), *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*, 27, 927–953,
- Andrean Septa Yogananda, I, M, B, D, (2017), Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik, *Management*, 6(4), 1–7,
- Ayudya, A, C., & Wibowo, A, (2018), The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control, *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 335–349, <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1691>
- Bank Indonesia, (2009), *Peraturan Bank Indonesia, NOMOR: 11/12/PBI/2009 TENTANG UANG ELEKTRONIK (ELECTRONIC MONEY)*
- Bank Indonesia, (2019), Bank Indonesia, *Bank Indonesia*, 01(1), 1,
- Cheng, Y, M, (2014), Exploring the intention to use mobile learning: The moderating role of personal innovativeness, In *Journal of Systems and Information Technology* (Vol, 16), <https://doi.org/10.1108/JSIT-05-2013-0012>
- Dahlya Maryana, (2018), Users' Intention to Use Electronic Payment (e-payment) A Comparative Study of the UK and Indonesia Dahlya Maryana, *Users' Intention to Use Electronic Payment (e-Payment) A Comparative Study of the UK and Indonesia Dahlya Maryana*, (September 2018), 55, <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20299.23847>
- Daliani, A., & Mahendra, I, (2018), Minat Individu terhadap Penggunaan Mandiri E-Cash : Pendekatan Technology Acceptance Model, *Edik Informatika*, 4(2), 30–39,
- Darryl Valerian Pramudita, (2017), *Hubungan Antara Terpaan Promosi Penjualan dan Intensitas Word Of Mouth Tcash Telkomsel dengan Minat Penggunaan Produk Tcash*, 1–11,
- Davis Fred D, (1989), *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology* (Vol, 13),
- Hartono, J, (2007), *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi Offset,
- Indrawan Firdauzi, (2017), Pengaruh Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta, *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(1), 77–87,
- J, Kim, D., Ferrin, D., & Rao, H, R, (2007), *A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents*, Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kotler, & Armstrong, (2014), *Principles of Marketing* (Vol, 14E), <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kotler, P., & Keller, K, (2016), *Marketing Management* (15th ed.), <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Marchelina, D., & Pratiwi, R, (2016), *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E- Money (Studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang)*, 1–17,
- Masitoh Martina Rahmawati, & Hermansyah, A, W, (2018), Pengaruh Kualitas

- Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia, *Manajemen*, 8, 229–247,
- Novia Alistriwahyuni, (2019), *Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan i-Saku terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan i-Saku di Indomaret (Studi Pada Pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek)*, 07(02),
- Peter, J, P., & Olson, J, C, (2010), *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.), McGraw-Hill, Irwin,
- Priambodo, S., & Prabawani, B, (2015), *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*, 9,
- Putra, I, K, D, D., & Ardani, I, G, A, K, S, (2018), Peran Citra Toko Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Niat Beli Ulang, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2733,
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p17>
- Rini, A., & Hasyim, A, (2019), Membangun Niat Beli Secara Online Melalui Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen, *Journal of Economic*, 10(November), 121–132,
- Schiffman, L, G., & Joseph, W, (2015), *Consumer Behavior* (11e ed.), Pearson Prentice Hall,
- Utami, S, S., & Berlianingsih Kusumawati, (2017), Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta), *Balance*, XIV(2), 29–41,
- Venkatesh, V., & Davis, F, D, (2003), *User Acceptance Of Information Technology: Toward a Unified View* (Vol, 27),